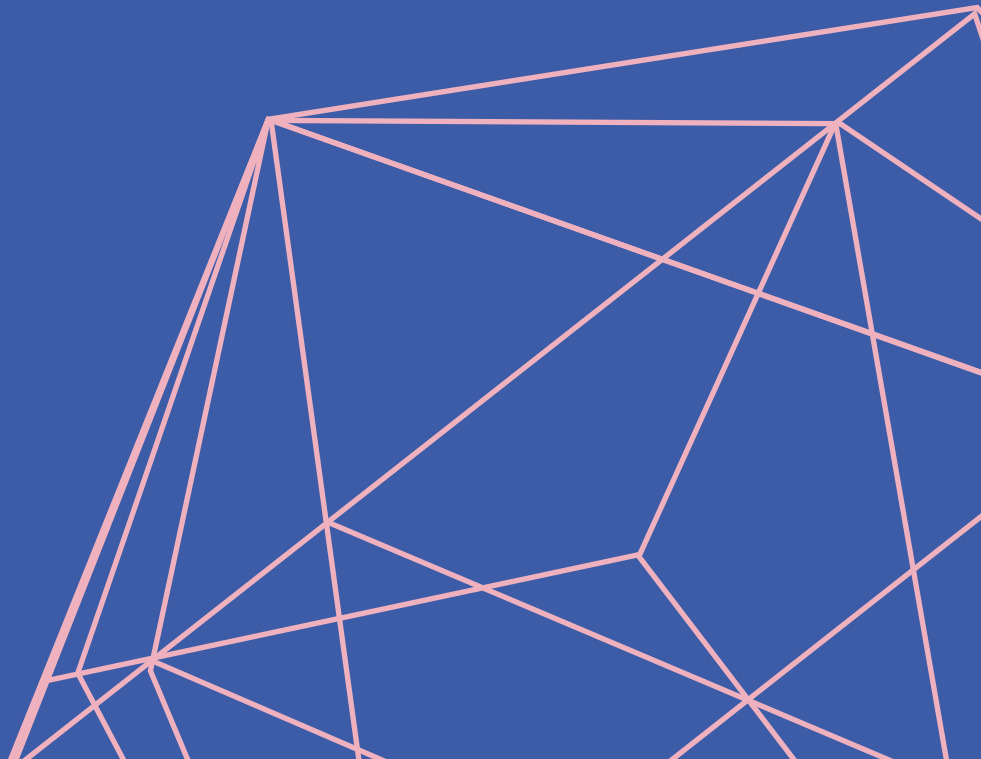


Palvelumuotoilun osallistavia työskentelytapoja visuaalisen viestinnän suunnitteluun

Lapin yliopisto, Taiteiden tiedekunta, Graafinen suunnittelu
Pro gradu -tutkielma, 2020, Niina Silvasti





LAPIN YLIOPISTO
UNIVERSITY OF LAPLAND

Lapin yliopisto

Taiteiden tiedekunta

Graafinen suunnittelu

Pro gradu -tutkielma

Tekijä: Niina Silvasti

Ohjaaja: professori Silja Nikula

Kevät 2020

”Osallistava työskentelytapa
sallii, suorastaan kehottaa ajattelemaan
isosti. Työskentelytapa on kannustava
ja kokeileva, ideoita tuotetaan paljon ja
ryhmän jäsenten innostus tarttuu”.

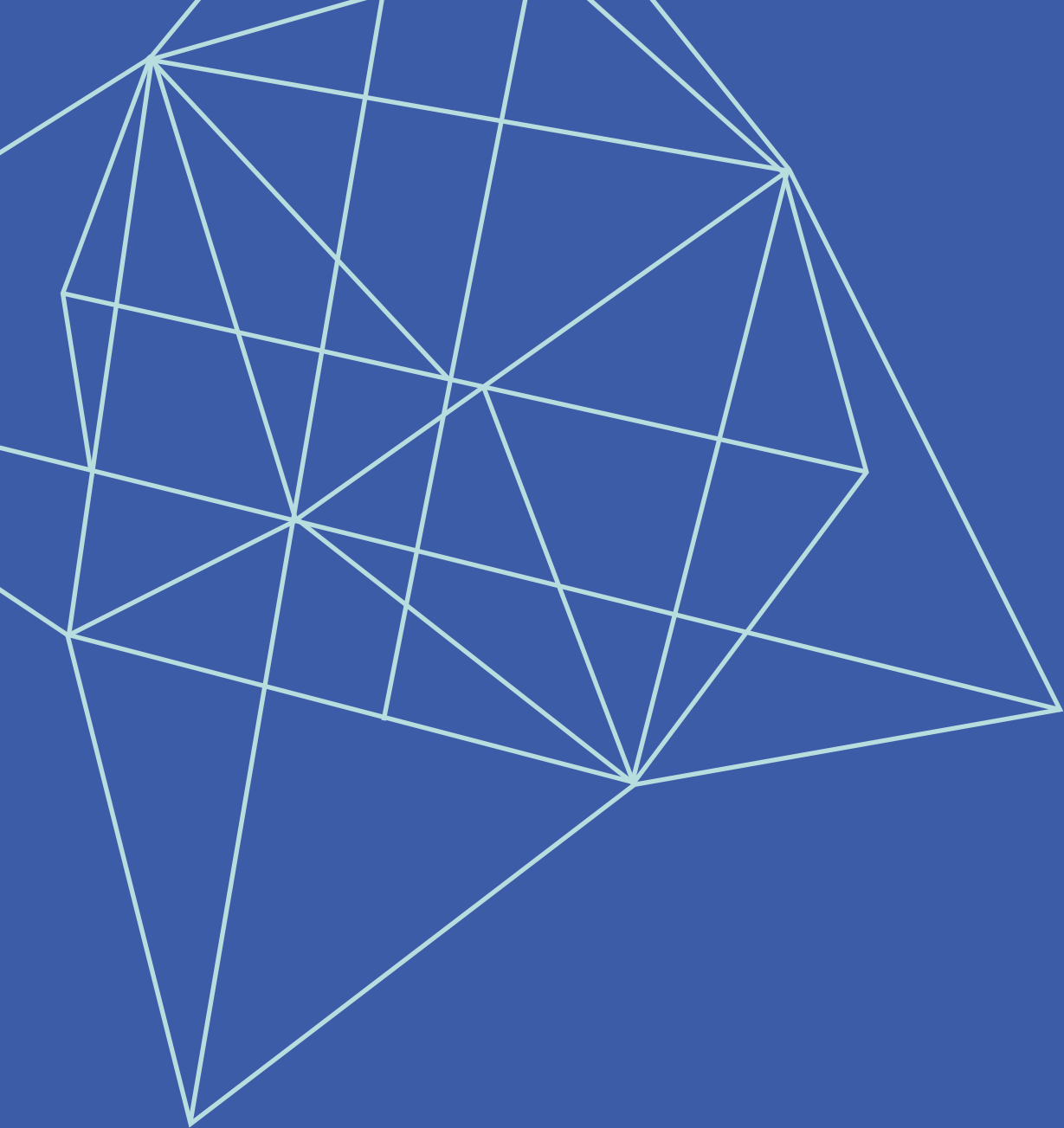


SISÄLTÖ

| | |
|--|----|
| 1 Johdanto | 8 |
| 1.1 Aiheen esittely | 9 |
| 1.2 Inspiraatio tutkimukselle | 9 |
| 1.3 Tutkimuskysymys ja tutkimuksen tavoite | 10 |
| 1.4 Aikaisempi visuaalisen viestinnän ja palvelumuotoilun tutkimus | 12 |
| 1.5 Metodologiset lähtökohdat | 13 |
| 2 Työskentelytavat ja suunnitteluprosessit | 14 |
| 2.1 Kolme työskentelytapaa suunnitteluun | 15 |
| 2.2 Prosessiajattelu | 18 |
| 2.3 Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi | 19 |
| 2.4 Visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessi | 23 |
| 2.5 Suunnitteluprosessien yhteenveto | 27 |
| 3 Tutkimusmenetelmät ja aineisto | 29 |
| 3.1 Case esittely: Global Service Jam | 30 |
| 3.2 Osallistuva havainnointi aineistonkeruumenetelmänä | 32 |
| 3.3 Analyysimenetelmä | 35 |
| 4 Osallistavat työskentelytavat | 40 |
| 4.1 Neljä tärkeintä teemaa | 41 |
| 4.2 Osallistavan työskentelyn vaiheet | 42 |
| 4.3 Osallistavan työskentelytavan metodit | 46 |
| 4.3.1 Löydä-vaiheen suunnittelumetodit | 48 |
| 4.3.2 Määritä-vaiheen suunnittelumetodit | 50 |
| 4.3.3 Kehitä-vaiheen suunnittelumetodit | 52 |
| 4.3.4 Kiteytä-vaiheen suunnittelumetodit | 54 |
| 4.4 Työskentelytavat ajankäytöllisesti | 56 |
| 4.5 Toimijat | 58 |
| 5 Johtopäätökset | 61 |
| 6 Pohdinta | 66 |

Lähteet

Kuva- ja kaavioluettelo



TIIVISTELMÄ

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta, graafinen suunnittelu

Tekijä: Niina Silvasti

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 73 **Vuosi:** 2020

Palvelumuotoilun osallistavia työskentelytapoja visuaalisen viestinnän suunnitteluun

Tämä tutkielma keskittyy luovan alan työskentelytapoihin. Tutkimuksessa tarkastellaan, miten palvelumuotoilun osallistavia työskentelytapoja hyödynnetään visuaalisessa suunnittelussa. Työskentelytavoissa keskitytään asiantuntijapainotteisen, ihmiskeskeisen ja käyttäjälähtöisen suunnittelun näkökulmiin ja eroavaisuuksiin. Tutkielmassa käsitellään myös molempien alojen suunnitteluprosesseja eri aikakausilta. Näkökulma rajautuu brändi- ja yritysviestintään.

Tutkimusaineisto koostuu case-tapauksesta, *Global Service Jam*-tapahtumasta, josta aineistoa kerättiin havainnoimalla. Maailmanlaajuisen tapahtuman aineisto rajautuu Suomeen (20 ryhmää) ja näiden tapausten joukosta tutkimuksen fokuksessa olevaan yksittäiseen ryhmään.

Aineiston analysoinnissa käytetään laadullista analyysiä ja päätelmien tekoa. Tapahtumassa havainnoitua ja sieltä koottua tietoa jäsennellään ja ryhmitellään analyysikysymysten avulla. Tutkimuskysymystä tarkastellaan neljän elementin kautta: case-tapahtuman suunnittelun vaiheet, työskentelyn metodit, aika ja toimijat. Tuloksia selkeytetään visuaalisilla kaavioilla.

Suunnitteluprosesseja tarkastelemalla nähdään, että visuaalisen viestinnän suunnittelun prosessi on yksilökeskeisempi vuorovaikutukseltaan ja metodeiltaan kuin palvelumuotoilun prosessi. Esille nousee myös visuaalisen suunnittelijan ammatinkuva, johon muotoiluajattelu vaikuttaa. Visuaalisen suunnittelijan ei tarvitse muuttua palvelumuotoilijaksi, mutta osallistavat menetelmät ja käyttäjälähtöinen suunnittelu tulevat painottumaan tulevaisuuden toimintaympäristöissä. Taktisesta ja operatiivisesta suunnittelusta siirrytään yhä enemmän konsultoivaan ja sitä kautta strategisempaan työskentelyyn.

Avainsanat

Työskentelytavat, visuaalisen viestinnän suunnittelu, palvelumuotoilu, suunnitteluprosessi, käyttäjäkeskeinen suunnittelu, osallistava suunnittelu



1 Johdanto

Pro gradu -tutkielmani käsittelee visuaalisen viestinnän suunnittelun tutkimusalaa ja palvelumuotoilua. Graafinen suunnittelu on pääaineeni ja palvelumuotoilun työskentelytavat ovat tulleet mukaan vuonna 2017. Käytännön kokemuksen ja tekemisen kautta huomasin, miten molempien alojen suunnittelu-prosessit ovat lähellä toisiaan, mutta eivät hyödynnä toisiaan. Palvelumuotoilun kautta visuaalisen suunnittelijan osaamis-palettiin liittyy myös liiketoimintaosaaminen ja markkinointi. Pohdin palvelumuotoilun case-esimerkin kautta sitä, miten palvelumuotoilun työskentelytapoja hyödynnetään visuaalissa suunnittelussa ja miten menetelmät auttavat muodosta-maan ymmärrystä eri osapuolten välille.

1.1 Aiheen esittely

Palvelumuotoilun suosio johtuu käyttäjäkeskeisen suunnittelun ja yhteiskehittämisen yleistymisestä. Tutkimusta ja aineistoa on paljon ja se on hyvin saatavilla. Grafian tekemän toimialatutkimuksen mukaan jo vuonna 2016 ”muotoilu ja visuaalisen viestinnän muotoilu ovat läsnä vahvemmin ja tiedostetummin kaikkialla ympärillämme. Työn tekemisen muodot muuttuvat edelleen ja koulutuksen on vaikea pysyä työelämän perässä. Suunnittelijat ovat yhä vahvemmin moniosaajia ja business-osaamisen merkitys kasvaa”. (Grafia 2016.)

Pro gradu -tutkielma on laadullinen tapaustutkimus. Tapaus eli case on suunnittelutapahtuma *Global Service Jam*, josta keräsin aineistoa havainnoimalla. Tekemällä ja osallistumalla pääsin sukeltamaan muotoiluprosessiin syvemmälle ja pystyn muodostamaan paremman kokonaiskuvan siitä, mitä muotoiluajatteluun perustuvassa tapahtumissa suunnitellaan ja millaisia lopputuloksia niissä tuotetaan. Miten käytetty aika, ryhmän vuorovaikutus, työskentelytavat, käytetyt metodit ja suunnitteluvaiheet vaikuttavat lopputulokseen. Tapahtumien paras anti on jokaisen osallistujan muotoiluajattelun ja ongelmanratkaisukyvyyn kasvattaminen.

1.2 Inspiraatio tutkimukselle

Muotoiluajatteluun ja osallistavaan suunnitteluun perustuvia *design hackaton*-tyyppisiä tapahtumia on useita, esimerkkinä *Global Service Jam* tai *Dash Lapland*. Näitä työpajatyyppejä (*workshop*) suunnittelutapoja käytetään myös *Design Sprinteissä*, mitkä ovat tavallisia mainostoimistojen palveluvalikoimassa (ks. esim. Knapp 2016). *Dash Lapland* -tapahtumassa suunnitellaan asiakkaalle, *Global Service Jam* -tapahtuma on suunnittelutavoitteiltaan vapaampi ja siten visuaalisen suunnittelijan näkökulmasta luovempi. Molemmissa tapahtumissa osallistujat jaetaan ryhmiin ja suunnittelua tehdään taustoiltaan erilaisten ihmisten kanssa. Olennaisena osana tapahtumia kuuluu myös verkostoituminen. Molemmissa tapahtumissa kellotus ja ryhmän dynamiikka vaikuttavat lopputulokseen. Työskentelytapoihin kuuluvat nopea ja runsas ideoiden kehittäminen ja ”quick & dirty” prototyyppien luominen.

Design hackatonit ovat luovia ja hauskoja tapahtumia, mutta ne eivät ole suunnittelun arkipäivää. Case-esimerkkinä se esittelee parhaimmat ja

pahimmat työskentelytavat. Olen työskennellyt 19 vuotta visuaalisena viestijänä ja opiskellut visuaalisen suunnittelun lisäksi markkinointia, brändiviestintää ja palvelumuotoilua. Inspiraatio tutkimukselle syntyi aloitettuani palvelumuotoilun opinnot, jossa sain hyödyntää kaikkea osaamistani monipuolisesti. En ollutkaan enää se viimeinen lenkki suunnitteluprosessissa, jonka tarkoitus on saada projektin lopussa ”käärittyä kaikki nättiin pakettiin”. Nopea, työpajatyypinen työskentely asiakkaan kanssa muodostaa ihan toisenlaisen kokonaiskuvan visuaalista suunnittelua varten. Palvelumuotoilussa ja muotoilujatteluun perustuvassa työskentelyssä visuaalisen viestinnän suunnittelija osallistuu suunnitteluprosessiin alusta saakka, eikä tule mukaan vasta tuotteen lanseerausvaiheessa tai sen jälkeen, kun viestintä -tai liiketoimintastrategia on jo tehty. Työskentelyn aikana syntyy paljon luonnoksia, keskustelua ja ratkaisumalleja, jotka nostavat tuotteen tai palvelun toimimattomia kipukohtia esiin ja vastaavasti ne ”timanttiset” ajatukset nousevat. Yhdessä tekemiseen perustuvat työskentelytavat tuntuvat järkeviltä ja tekevät visuaalisen viestinnän tekemisestä helpompaa. Jäin miettimään, mitä palvelumuotoilu voisi tuoda visuaalisen viestinnän suunnitteluun.

1.3 Tutkimuskysymys ja tutkimuksen tavoite

Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää: **miten palvelumuotoilun työskentelytapoja hyödynnetään visuaalisessa suunnittelussa?** Aineisto on kerätty kolmen päivän mittaisesta suunnittelutapahtumasta, *Global Service Jam*, ja se sisältää kuvia, tekstejä ja ryhmän lopputuloksen eli visuaalisen konseptin. Aineisto sopii lähestymistapaani, koska siten voin saada tuoretta tietoa ja käytännön osaamista työskentelytavoista.

Fokuksessa on myös luovan alan prosessiajattelu, miten osallistavat työskentelytavat muuttavat suunnittelua. Aineiston avulla tavoitteena on pohtia, kuvata ja selittää toimialaa ja kenttää, jossa visuaalinen suunnittelija toimii. En käsittele yksittäisen yksilön toimintaa vaan työskentelytapoja. Miten muodostetaan ymmärrystä suunnittelutyön eri osapuolien välille? Tarkastelen tutkimuskysymystä työskentelytapojen kautta. Työskentelytapa, sanakirjasta tarkastettuna, johdattelee sanaan menettelytapa. Menettelytapa taas tarkoittaa tapaa menetellä ja johtaa sanaan metodi. Synonyymejä sanalle menettelytapa ovat mm. rutiini, käyttäytyminen, käytös, toiminta, asiat, puuhut, tekemiset (suomi-sanakirja). Englanniksi käännettynä menettelytapa on *procedure*, *technique* ja *conduct* ja se johtaa sanaan prosessi. Luovalla alalla suunnitteluprosessiin.

Tutkielmani on poikkitieteellinen, sen näkökulma on sekä palvelumuotoilussa että visuaalisen viestinnän suunnittelussa. Näiden luovien, taideteollisten alojen työskentelytavat sisältävät samoja metodeja. Suunnitteluprosessit ovat lähellä toisiaan, mutta niissä on toimialaan liittyviä eroavaisuuksia. Tutkielma ei käsittele koko visuaalisen viestinnän suunnittelua vaan se on rajattu brändiviestintään.

Palvelumuotoilun ytimessä on muotoiluajattelu. Erilaiset työskentelytavat eli palvelumuotoilun menetelmät muodostavat ymmärrystä eri osapuolten välille. Palvelumuotoilua käytetään yrityksissä palvelun tai tuotteen suunnittelussa. Visuaalisen viestinnän suunnittelu on ulkoasun suunnittelua. Se auttaa katsojaa tulkitsemaan viestiä. Visuaalinen ilme luodaan yritykselle tai yhteisölle ja sen tarkoituksena on symboloida yrityksen tärkeinä pitämiä arvoja, toimintaperiaatteita ja tavoitteita (Jokinen 2012: 74). Visuaalinen viestintä on siten myös osa yrityksen strategisia toimintoja. Se on sidoksissa yrityksen brändiviestintään, liiketoiminnan muotoiluun ja markkinointiin. Grafian toimialatutkimuksen (2019) mukaan suurin osa (69,5%) visuaalisista suunnittelijoista työskentelee yritysilmeiden tai visuaalisten identiteettien parissa. Tutkimuksen vastaajista noin 21% ilmoitti, että palvelumuotoilu kuuluu nykyiseen työkuvaan.

Holston (2011) kirjoittaa strategisesta suunnittelijasta ja nostaa esimerkkinä Tim Larsenin, suunnittelutoimisto Larsen Interactivesta, joka kuvailee osuvasti suunnittelutyön muutosta. Entisestä ns. taktisesta suunnittelusta, jossa asiakas on tuotelähtöinen ja tilaa suunnittelutoimistolta esim. vain logon ja esitteen, ollaan siirtymässä enemmän konsultoivaan suunnittelutyöhön. Tässä konsultoivassa työskentelytavassa korostuu nimenomaan muotoiluajattelu (Holston 2011: 69–70.) Konsultoiva ja muotoiluajatteluun perustuva työtapo tarkoittaa sitä, että siinä ei ratkaista asiakkaan yksittäistä ongelmaa vaan suunnittelua tehdään laajemmin koko brändin osalta, jolloin suunnittelusta tulee johdonmukaisempaa ja strategisempaa. Visuaalisen viestinnän suunnittelussa puhutaan *design managementista*, mihin yhdistyvät viestintä, tuote, ympäristö ja tapa toimia ja tästä muodostuvan kokonaisuuden hallinta. Tiivistettynä Pohjola (2003) määrittelee *designin* suunnitelmaksi, jonkin asian tekemiseksi. *Management* -sanan käännös voisi olla hallitseminen tai asioiden taitava hoitaminen ja johtaminen (Pohjola, 2003: 29 ja 2019: 20–21).

Olen kiinnostunut ilmiönä visuaalisen viestijän ammatinkuvan ja työskentelytapojen muutoksesta. Visuaalisen suunnittelijan ammatinkuva muuttuu, koska työskentelytavat tekevät työn tekemisestä koko ajan osallistavampaa. Vuorovaikutus, palvelumuotoilun metodit, osallistaminen ja käyttäjäkeskeisyys ovat käsitteitä, jotka muuttavat työskentelytapoja. Tutkielmassani pohdin, miten visuaalisen viestinnän suunnittelija voi hyödyntää palvelumuotoilua työskentelyssään, mitä ovat visuaalisen suunnittelijan rooli ja toimintaympäristö tulevaisuudessa.

1.4 Aikaisempi visuaalisen viestinnän ja palvelumuotoilun tutkimus

Tutkimusaihetta on omissa tutkimuksissaan käsitellyt mm. visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö Grafia (2016 ja 2019), joka toteuttaa vuosittain toimialatutkimuksen ja tutkii niissä visuaalisen suunnittelijan muuttuvaa ammattikuvaa. Näkökulma on selvittää, miten luovan työn tekeminen muuttuu. Tutkimusaihetta työskentelyprosessien, luovan alan työskentelyn ja visuaalisen viestinnän johtamisen näkökulmasta ovat omissa tutkimuksissaan käsitelleet suomalaiset graafikot, palvelumuotoilijat ja tutkijat kuten Marja Seliger, Pekka Pohjola ja Heikki Jokinen. Laajimmin alan tutkimusta on tehnyt Seliger, joka on toiminut Aalto yliopiston graafisen suunnittelun professorina. Ansioituneet ja palkitut graafikot Pohjola ja Jokinen ovat kirjoittaneet alan oppaita graafikoille. Pohjola kirjoittaa visuaalisen identiteetin johtamisen näkökulmasta. Kirjassa Brändin ilmeen johtaminen (Pohjola 2019), hän käsittelee suunnitteluprosessin vaiheita ja muuttuvaa työskentelytapaa. Heikki Jokinen (2012) lähestyy aihetta visuaalisten hankintojen näkökulmasta kirjassaan ”Sitä saa mitä hankkii”.

Visuaalisen viestinnän suunnittelijana tarkastelen asioita kulttuurin ja ihmiskeskeisen suunnittelun näkökulmasta, kuten Audrey Bennett (2006) esittää toimittamassa artikkelikokoelmassa *Design Studies*. Samaa teemaa, keskittyen strategiseen suunnitteluun ja suunnitteluprosessiin, on tutkinut Ian Noble, *Visual Research* (Noble & Bestley 2005) ja David Holston (2011) teoksessaan *The Strategic Designer*. Tutkimusaihetta ovat käsitelleet myös Stickdorn, Hormess, Lawrence & Schneider (2018), teoksessa *This is Service Design Doing*, mikä käsittelee taitavasti ja ymmärrettävästi alan keskeisimpiä käsitteitä.

Lapin yliopistossa teemaa on käsitellyt Mika Hautamäki (2018) pro gradu -tutkielmassa *Luovuus: Ideoiden synty graafisen suunnittelijan työssä*, jossa Hautamäki keskittyy visuaalisen viestinnän luovaan prosessiin. Seligerin luomaa mallia visuaalisen suunnitteluprosessin vaiheista ja graafisen suunnittelijan roolia ovat käsitelleet Linna (2016), Eerola ja Suijala (2015) *Tavoitteena talotyöli* ja *Ostetaanko ulkoa, tilataanko omalta?*. Palvelumuotoilun tutkielmissa aihetta käsittelevä pro gradu on Tero Huutolan (2016) *Lost in palvelupolku*, jossa on näkökulmia siihen, miten visuaalisuus auttaa ymmärtämään palvelumuotoilua.

1.5 Metodologiset lähtökohdat

Tutkimusmenetelmä on taideteolliselle alalle tyypillinen laadullinen tutkimus. Tavoitteena on kuvata ja selittää toimialaa ja kenttää, jossa visuaalinen suunnittelija työskentelee ja tästä näkökulmasta tutkielmani on etnografinen. En tutki työssäni yksittäisen yksilön toimintaa vaan suunnitteluprosessia ja siihen kuuluvia työskentelytapoja. Tutkielmani voidaan tällä kuvailevalla ja selittävällä tavoitteella luokitella myös tapaustutkimukseksi. Laadullisessa tutkimuksessa tarkoituksena on katsoa mitä tapahtuu, etsiä uusia näkökulmia ja löytää uusia ilmiöitä (Hirsjärvi 2006: 138, Kananen 2013: 55, Eskola & Suoranta 1998: 65.)

Tutkittava tapaus eli case on *Global Service Jam* -tapahtuma. Maailmanlaajuisen tapahtuman aineistosta rajaan tapauksista Suomen ja näiden tapaus-ten joukosta vain yhden ryhmän – sen, johon itse osallistuin. Tapaustutkimuksen tyypillisiin piirteisiin kuuluukin, että tutkimus kohdistuu nimenomaan yhteen tapaukseen. Tutkimuksen kohteena voi olla yksilö, ryhmä tai yhteisö ja kiinnostuksen kohteena ovat usein prosessit. Case-tutkimuksen määritelmään kuuluu myös se, että tutkimus on sidottu kontekstiin. Tapausta tutkitaan sen omassa ympäristössä, luonnollisissa tilanteissa. (Hirsjärvi 2009:135–138, Kananen 2013: 54, Eskola & Suoranta 1998: 64–65.)

Tapaustutkimuksen taustalla on ajatus siitä, että kaikessa yksityisyydessäänkin tapauksen mahdollisimman monipuolinen erittely sisältää aineksia yleistykseen (Eskola & Suoranta 1998: 65). Tutkimuksessani etenen yksittäisestä tapauksesta yleistykseen eli osallistavan suunnitteluprosessin kuvaukseen. Tutkielmani metodologinen lähtökohta on siten induktiivinen (Kananen 2013: 49).

Tutkimusprosessin edetessä laajensin aineistoa case-tapahtuman osalta ja otin aineistoon mukaan Suomen joukkueiden tuottamat visuaaliset konseptit ja prototyypit, jotta saisin näin tutkimuksestani yleisemmän.



2 Työskentelytavat ja suunnitteluprosessit

Luovalla alalla työskennellään asiantuntijälähtöisesti, ihmis-keskeisesti ja käyttäjälähtöisesti. Työskentelytavat muuttuvat suunnittelutehtävien mukaan, mutta yhtenäistä on hallittu prosessi, mikä on tärkeä elementti muotoiluajattelussa. Prosessiajattelua käytetään myös muilla toimialoilla, joista on nostettu muutamia esimerkkejä. Luovan alan prosessimallit on nostettu palvelumuotoilusta ja visuaalisen viestinnän suunnittelusta eri aikakausilta.

2.1 Kolme työskentelytapaa suunnitteluun

Luovan alan työskentelytavat ovat laaja käsite ja siksi sitä rajataan tutkielman aiheen kannalta niihin, joita käytetään sekä palvelumuotoilussa että visuaalisen viestinnän suunnittelussa.

DASH Lapland palkittiin vuoden 2019 opiskelijatekona. Palkinnon myöntää Lapin yliopiston ylioppilaskunta (LYY). Nämä *Design Hackatonit* ja *Service Jamit* ovat tapahtumia, joissa kehitetään, kokeillaan ja innovoidaan. Tavalliset, oman ammattialan rutiinit ja toimintatavat joutuvat väistymään. Muotoiluajattelun perustuvien tapahtumien työskentelyyn vaikuttavia elementtejä ovat aika, paikka, ryhmän kokoonpano, käytetyt metodit ja työskentelytyyli.

Mikko Koivisto työskenteli palvelumuotoilutoimisto Hellonin johtavana palvelumuotoilijana ja sai vuonna 2017 muotoilualan arvostetun Ornamo-palkinnon. Palkinto myönnetään henkilölle, joka tekee näkyväksi ajankohtaista muotoilua ja taideteollisuutta. Voittajan valinnut Aller Median toimitusjohtaja Pauli Aalto-Setälä tarkastelee media-alan muutosta ja toteaa, miten digitalisoinnin ja käyttäjäkokemuksen nousun myötä muotoilu, viestintä, mainonta ja markkinointi ovat lähempänä toisiaan kuin koskaan aikaisemmin. Palvelumuotoilun ajankohtaisuus nousee asiakaslähtöisten palveluiden kovasta kasvusta, megatrendeistä. Palvelumuotoilija on käyttäjälähtöisen suunnittelun ammattilainen. Koivisto tiivistää, miten ”Palvelumuotoilijan on hallittava esimerkiksi käyttäjätutkimus, liiketoiminnan kehittäminen ja muotoilun perinteiset taidot, kuten visualisointi. Hänen täytyy olla samaan aikaan empaattinen, analyttinen ja luova”. (Ornamo, 2017.)

Tähän tutkielmaan sovelletaan Mikko Koiviston (2007) käyttäjälähtöistä suunnittelumallia. Taulukkoon (kaavio 1) on sijoitettu asiantuntijälähtöisen, ihmiskeskeisen ja käyttäjälähtöisen suunnittelun työskentelytavat. Suunnittelijalla tarkoitetaan luovaa suunnittelijaa eli se voi olla joko visuaalisen viestinnän suunnittelija tai palvelumuotoilija. Taulukkoon on sijoitettu myös asiakkaan roolit. Yhteenveto kuvailee miten suunnittelu muuttuu, kun työskentelytapa vaihtuu.

Kaavio 1.

Kolme työskentelytapaa suunnitteluun. Koiviston mallia mukaillen (Koivisto, 2007).

| Työskentelytapa | Suunnittelija | Asiakas | Yhteenveto |
|--|---|--|---|
| Asiantuntija-lähtöinen suunnittelu | Suunnittelija muotoilee ratkaisun oman tyylin ja näkemyksen mukaan, mutta on asiakaskeskeinen | Asiakas rajaa suunnittelun näkökulman ja tarkentaa ydinviestit | Asiakas luottaa asiantuntijan ammattitaitoon ja kokemukseen suunnitteluratkaisun luonnissa |
| Ihmiskeskeinen (engl. <i>Human-Centered Design</i>) tai käyttäjäkeskeinen suunnittelu (User-Centric Design) | Suunnittelija tekee yhteistyötä asiakkaan kanssa ja tutkii asiakkaan tarpeita ja toimintaa | Asiakas tai asiakkaan kohderyhmä on tutkimuksen kohteena (havainnot, haastattelut) | Tuotteen tai palvelun loppukäyttäjä on tutkimuksen kohde, jonka käyttäytymisestä ja toiminnasta suunnittelija on kiinnostunut |
| Käyttäjälähtöinen suunnittelu (engl. <i>User-Driven Design</i>) | Suunnittelija osallistaa asiakkaan, työskentelee asiakkaan kanssa. | Osallistuu suunnitteluvaiheisiin ja käyttää monenlaisia työskentelytapoja | Asiakasta osallistamalla asiakkaan rooli muuttuu objektista subjektiksi |

Työskentelytapana asiantuntijalähtöinen suunnittelu. Suunnittelija kehittää ratkaisuja omaan näkemykseensä pohjatuen. Asiantuntijalähtöinen suunnittelija on monilahjakas, asiakaskeskeinen ja yhteistyökykyinen. Holston kirjoittaa hyvästä suunnittelijasta, jolla on kyky ratkaista monimutkaisia suunnitteluongelmia muotoiluajattelulla (*design thinking*). Hyvä suunnittelija työskentelee yhteistyössä, ymmärtää kulttuurisen ja liiketoiminnallisen kontekstin ja ottaa vastuun työnsä tuloksista. Asiakkaan näkökulmasta katsottuna hyvä suunnittelija on keskittynyt asiakkaan ongelmiin ja työskentelee niin, että työskentely tukee asiakasyhteistyötä. Nykyisin ollaan kuitenkin väistymässä suunnittelijakeskeisestä ajattelusta kohti laajemmat näkökulmat huomioivaa yhteissuunnittelua. (Holston 2011: 41–44 ja 68–70.)

Käyttäjäkeskeisellä suunnittelulla tarkoitan käsitteitä *Human-Centered Design* tai *User-Centric Design*. *Human*-sana suomennettuna viittaa ihmisiin, isompaan ryhmään. Givechi, Groulx ja Woollard kirjoittavat käyttäjäkeskeisestä suunnittelusta artikkelissa *Impact: Inspiring Graphic Design through Human Behaviors* (Bennett 2006). Ideo on maailmanlaajuinen suunnittelutoimisto. Siellä työskentelevät suunnittelijat toteuttavat palveluja, tiloja ja kokemuksia. Ratkaisuja suunnitellaan muotoiluajattelun avulla: tarkkailemalla, kokeilemalla ja tekemällä yhteistyötä. Tähän toimintatapaan kuuluu myös nopea prototyypointi ja tarinankerronta. *Design thinking* ja käyttäjäkeskeinen tutkimus tarkoittavat Ideolle sitä, että ihminen on tutkimuksen keskiössä. Tutkimukseen liittyvät havainnot, tutkimukset ja haastattelut tehdään käyttäjän omassa ympäristössä. (Bennett 2006: 306.)

Ideon käyttäjäkeskeisessä suunnittelumallissa graafinen suunnittelija tulee mukaan prosessin alkuvaiheessa. Tyypillisestihän graafikko tulee työskentelyyn mukaan vasta kun suunnitteluratkaisua viimeistellään. Suunnittelija pystyy luonnostelemaan ja esittämään muotoiluajattelun visuaalisesti ymmärrettävämmissä muodossa prosessin alkuvaiheissa, vielä kun tutkimuksen kohokohdat ovat kaikkien mielessä. Graafiselle suunnittelulle on tyypillistä myös se, että suunnittelu rakentuu lähinnä asiakkaan näkökulmasta, esteettisestä näkökulmasta ja suunnittelijan omasta tyylistä. Käyttäjät huomioivassa suunnittelumallissa suunnittelija ymmärtää kontekstin ja pystyy yhdistämään brändiin liittyvät asiat. Suunnittelija voi tarkastella projektissa koottua tietoa ja lopullinen ratkaisu syntyy valikoimalla ja prototypoimalla. Intuitio yhdistettynä oivallukseen vie suunnittelijaa eteenpäin suunnitteluprosessissa. (Bennett 2006: 306–310.)

Käyttäjälähtöinen suunnittelu eli User-Driven Design. Merkityksellistä tässä käsitteessä on sanan *driven* käännös, minkä käännän vapaasti ”vetoiseksi” eli käyttäjävetoinen suunnittelu. *Driven* rinnastetaan termeihin: *to drive* ja *to push (forward)*. Tämä on keskeisintä palvelumuotoilussa, jossa osallistetaan käyttäjiä mukaan suunnitteluun. *User-Driven* ja *User-Centered* suunnittelulla tarkoitetaan usein samaa asiaa. *User* viittaa yhteen ihmiseen, käyttäjään. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa asioita katsotaan tuotteen tai palvelun loppukäyttäjän silmin.

Käyttäjällä tarkoitetaan kuitenkin kaikkia, jotka ovat tekemisissä palvelun tai tuotteen kanssa, vaikkapa asiakkaita ja henkilökuntaa. Yksittäiselle henkilökohtaiselle näkemykselle ei anneta liikaa painoarvoa. Stickdorn ym. (2018: 25.) sitoo käyttäjien osallistamiseen myös käsitteen *Co-creative*, yhteiskehittäminen. Palvelu on olemassa vain asiakkaan osallistumisella (*engl. participation*), arvo syntyy yhdessä tekemisestä, toimijoiden yhteisestä vuorovaikutuksesta. Tiivistettynä; käyttäjävetoisessa suunnittelussa, suunnittelua tehdään asiakkaiden kanssa. Asiakasta osallistamalla asiakkaan rooli muuttu subjektista objektiksi.

2.2 Prosessiajattelu

Prosessiajattelu ja prosessin hallinta ovat peräisin tuotantoteollisuudesta ja palvelun toimialoilta. Suunnitteluprosessi on tuttu käsite kaikilla aloilla, jotka ovat tekemisissä viestinnän kanssa. Arkkitehtuuri, insinöörialat, liiketoiminnan muotoilu ja markkinointi ovat aloja, joissa käytetään suunnitteluprosesseja ja jotka ovat tekemisissä konseptin tai suunnittelun kehittämisen, käyttöönoton ja analysoinnin kanssa. Lyhyesti: yrityksissä ollaan kiinnostuneita siitä, miten paljon asioiden tekemiseen menee aikaa, miten tehokkaasti niitä saadaan tehtyä ja miten toteutettua tulosta voidaan mitata. (Holston 2011: 40–44.)

Insinööri- ja rakennusalalla on otettu käyttöön *Big room* -menetelmä. Tässä mallissa projektiin osallistuvat asiantuntijat (tilaaja, suunnittelija ja rakentaja) työskentelevät yhteisessä työtilassa. Työskentelymalli tehostaa viestinnän ja asioiden valmistelua. Yhteinen projektiorganisaatio muuttaa myös esimiesvastuuta, päätöksentekoa ja vaikuttaa positiivisesti rakennustöiden aikatauluun. Tämä työskentelymalli on pitkäkestoinen ja kestää kuukausia. *Big room* -prosessi vaatii osallistujilta kuitenkin samanlaista avoimuutta, sosiaalisia taitoja ja joustavuutta kuin lyhyempikestoisissa yhteistyömalleissa. (Inkala 2018.)

Markkinoinnissa ja liiketoiminnan muotoilussa käytetään *Design Sprint* -prosessia, mikä on 5 päivän mittainen työskentelymalli. Työskentelymallin on kehittänyt Jake Knapp työskennellessään Googlessa kymmenen vuotta sitten. Tämä prosessi sopii hyvin uuden tuotteen kehitykseen tai olemassa olevien tuotteiden parantamiseen. Yhteistyömalli sopii pienen ryhmän tiiviiseen työskentelyyn. Knapp (2016: 33) määrittelee seitsemän henkilön ryhmän olevan ideaalinen koko *Design Sprintille*. Ryhmän koko mahdollistaa sen, että kaikki osallistajat pysyvät keskittyneinä ja tuottavina.

Design Sprint työskentelymallia on mahdollista käyttää myös laajemmassa mittakaavassa. Arkkitehtuurin puolella *Uusi Kaupunki* -yritys toimii suunnannäyttäjänä. Se on nuorten käyttäjälähtöisten suunnittelutoimistojen verkosto, joka kehittää kaupunkisuunnittelua ja arkkitehtuuria *Design Sprint* -työpajamallilla. Siinä ryhmätyö ja palvelumuotoilu yhdistetään arkkitehtisuunnitteluun osallistamalla kuntien, yritysten, yhteisöjen edustajat ja tavalliset asukkaat suunnitteluun. Tämä prosessimalli haastaa perinteisen arkkitehdin roolin, jossa suunnittelija toimii asiantuntijälähtöisesti. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa panostetaan alueen ihmisiin ja ajatellaan ratkaisuja käyttäjäperspektiivistä. (Tikka 2018: 97–105.)

Osallistavan työskentelyn malleja on useita ja siihen, mikä kenellekin sopii, vaihtelee toimialan mukaan. Luovan alan prosessiajattelu on tutkielman fokuksessa, joten seuraavissa luvuissa kuvataan palvelumuotoiluun ja visuaalisen viestinnän suunnittelun työskentelymalleja. Palvelumuotoilun suunnitteluprosessina toimii Design Councilin vuonna 2004 kehittänyt tuplatimantti, jota on jatkokehitetty vuonna 2019 ja se on nimetty innovaatio kehykseksi ”*framework for innovation*”. Visuaalisen viestinnän suunnittelumallia tarkastellaan myös eri aikakausilta. Matt Cooken prosessimallia vuodelta 2005 (Nobles 2005: 31 ja Bennett 2006: 133), Marja Seligerin prosessimallia vuodelta 2012 (Jokinen 2012: 24) ja Pekka Pohjolan mallia vuodelta 2019 (Pohjola 2019: 116–117).

2.3 Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi

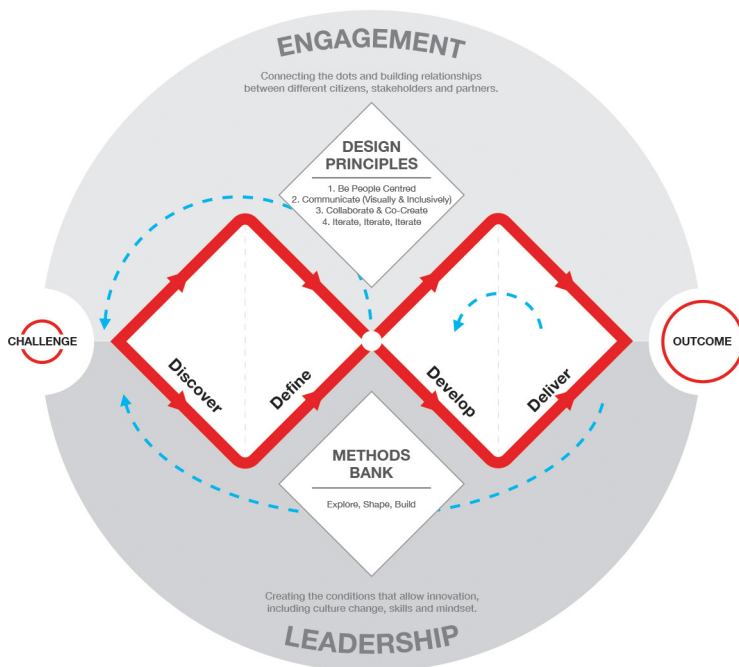
Palvelumuotoilun työkaluja ja työskentelytapoja lainataan markkinoinnista, brändäyksestä, käyttöliittymäsuunnittelusta ja muilta aloilta (Stickdorn ym. 2018:14). Organisaatiolla on jo usein kaikki tarvittava osaaminen, mutta palvelumuotoilun metodeja käyttämällä ja palvelun käyttäjien kanssa suunniteltavat palvelut ovat palvelumuotoilua.



Kaavio 2. Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi.
Design Council malli vuodelta 2004 (designcouncil.org.uk, 2019).

Design Councilin ensimmäinen tuplatimantti julkaistiin vuonna 2004 ja se on edelleen hyvin yleinen suunnitteluprosessin malli palvelumuotoilussa. Suomessa palvelumuotoilu ei ole tänä päivänä uusi asia vaan se on yleisesti käytössä sekä yksityisellä että julkisella puolella ja kuulunut vuodesta 2008 kansalliseen innovaatiostrategiaan (ks.Sitra.fi). Vuonna 2012 Helsinki oli maailman design pääkaupunki ja tämän kokemuksen pohjalta on uudistettu kansallista muotoilu-politiikkaa (Design Council 2013: 2.) Suomessa palvelumuotoilua hyödynnetään yhteiskunnallisissa päätöksenteossa. Suunnittelutoimisto Hellonin muotoilu-johtaja Juha Kronqvist nostaa esimerkiksi, miten julkisella puolella muotoilijoita on palkattu suunnittelemaan KELAn ja maahanmuuttoviraston palveluita sekä ohjaamaan valtionhallinnon digitalisaatiota (Gävert & Tikka 2018: 57–59).

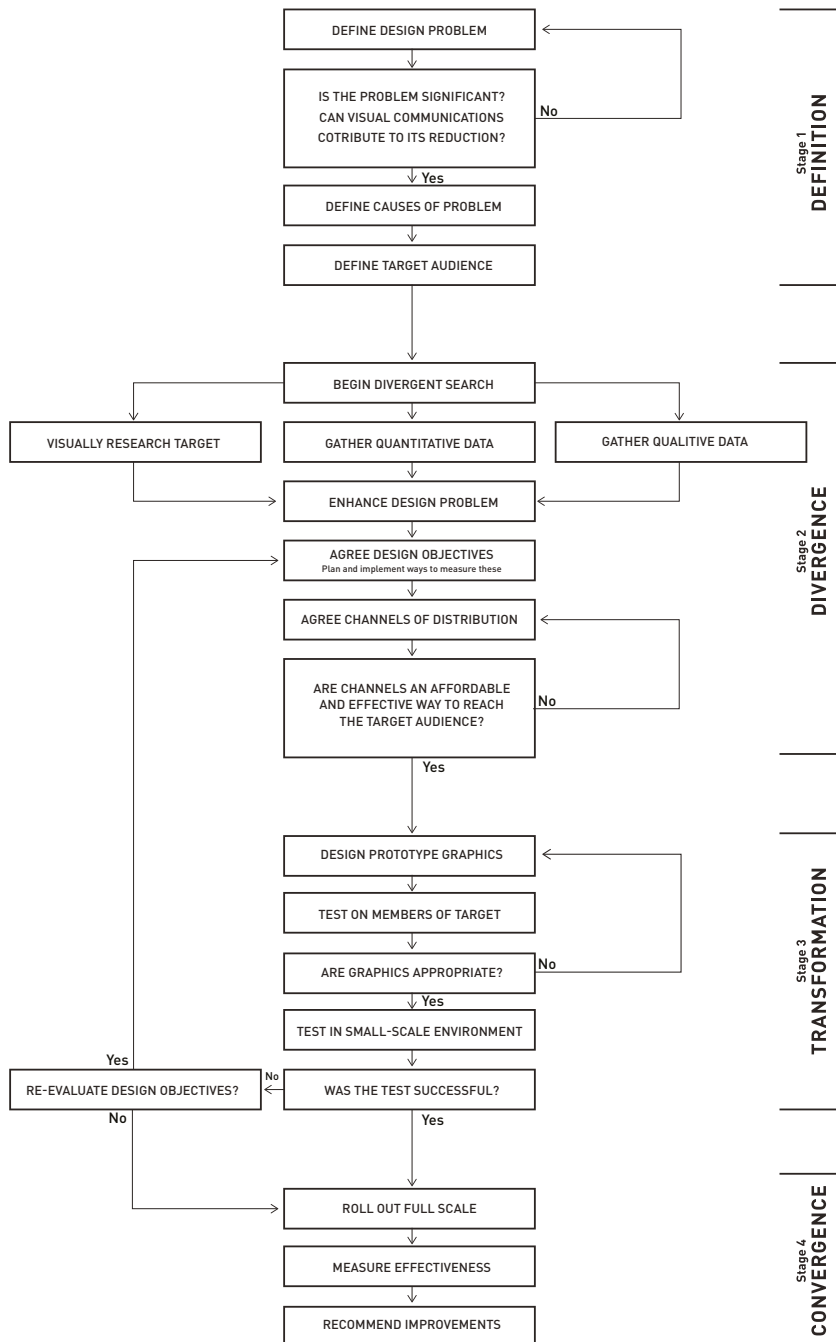
Suunnitteluprosessia luetaan vasemmalta oikealle. Suunnitteluvaiheet etenevät horisontaalisesti asetetusta haasteesta (*challenge*) tulokseen (*outcome*). Suunnitteluprosessi on jaettu neljään vaiheeseen, jotka ovat 1) löydä (*discover*), 2) määrittele (*define*), 3) kehitä (*develop*) ja 4) kiteytä (*deliver*). Timantin muoto on laajentuva ja supistuva, joten suunnitteluprosessia luetaan myös nousevasti ja laskevasti. Laajentuminen kuvaa suunnittelussa vaihetta, jolloin tuotetaan mahdollisimman paljon ajatuksia ja ideoita rajoittamatta itseään. Kun huippu on saavutettu, ideoita aletaan karsia eli supistaa, jotta voidaan tehdä päätös yhdestä isosta ideasta tai aiheesta, mitä ongelmaa milloinkin ollaan ratkaisemassa. Palvelumuotoilu on käyttäjälähtöistä, suunnittelua tehdään asiakkaan kanssa, asiakas ja suunnittelija käyvät nämä vaiheet yhdessä.



Kaavio 3. Palvelumuotoilun jatkokehitetty suunnitteluprosessi.
Design Council malli vuodelta 2019 (designcouncil.org.uk, 2019).

Vuonna 2019 jatkokehitettyssä mallissa tuplatimanttiin merkitty The Design Principles, tarkoittaa suunnittelun neljää peruseriaa, mitkä Design Council on nostanut kuvioon; 1) Ihmiset ensin (*put people first*), 2) viesti visuaalisesti ja kokonaisvaltaisesti (*Communicate visually and inclusively*), 3) tee yhteistyötä ja luo yhdessä (*collaborate and co-create*) ja 4) toista moneen kertaan (*iterate, iterate, iterate*).

The Methods bank, metodipankki, viittaa suunnittelun työkaluvalikoimaan, jotka Design Council määrittelee suunnitteluvaiheiden mukaan kolmeen vaiheeseen; tutkimiseen (*explore*), muotoilemiseen (*shape*) ja rakentamiseen (*build*). Tämä luokittelu auttaa tunnistamaan ja löytämään tarkoituksenmukaiset menetelmät suunnittelun vaiheisiin. Työskentelyä helpottavia metodipankkeja on saatavilla useita; esimerkiksi Ideo tai Stickdorn ym. (ks. designcouncil.org.uk, thisisservicedesigndoing.com/methods, designkit.org/methods).



Kaavio 4: Cooken malli visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessista (Bennett 2006:133).

2.4 Visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessi

Tässä kuvattu visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessi on Matt Cooken kehittämä vuodelta 2005 (Bennett 2006: 133). Työskentelytapa on käyttäjäkeskeinen, *Human-Centered Design*. Siinä suunnittelija tekee yhteistyötä asiakkaan kanssa ja tutkii asiakkaan tarpeita ja toimintaa. Loppukäyttäjänä ovat asiakkaan kohderyhmä, jota tutkitaan havainnoimalla ja haastatteleamalla.

Se eroaa palvelumuotoilun käyttäjälähtöisestä suunnittelutavasta, *User-Driven Design*, jossa työskennellään asiakkaan kanssa (ks. kaavio 1: Kolme työskentelytapaa suunnitteluun). Cooke tutki visuaalisen viestinnän ajattelun ja tekemisen tapoja ja pyrki havainnollistamaan suunnittelun etenemisen yleisiä periaatteita. Esitetty suunnittelumalli sai muotonsa asiakasprojektin aikana, jossa hän kehitti työmenetelmiä asiakkaalleen. Suomessa visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessista, ajattelutavasta ja osaamisesta ovat kirjoittaneet Marja Seliger ja Juha Pohjola, joita käsittelem seuraavissa luvuissa. (esim. Pohjola 2019; Jokinen 2012). Cooke on luonut suunnitteluprosessin visuaalisen suunnittelijan näkökulmasta. Hän kirjoittaa, miten monet suunnittelijat ajattelevat käytännöllisen, vaiheistetun lähestymistavan tukahduttavan luovuuden. Cooke pyrki todistamaan, että luovuus ei tarvitse kompromisseja ja että suunnitteluprosessia voidaan parantaa. (Noble 2005: 31–41 ja Bennett 2006: 132–142.)

Visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessi jakautuu neljään vaiheeseen. Ensimmäinen taso on määrittely (*definition*), jossa määritellään ratkaistavaa ongelmaa. Toisella tasolla vaiheet hajaantuvat (*divergence*), suunnitteluongelmaa katsotaan eri puolilta ja tutustutaan kohdeyleisön tarpeisiin. Kolmannella tasolla tapahtuu muutos, transformaatio (*transformation*). Se kuvaa erilaisten mahdollisten visuaalisten ratkaisujen kehittämistä ja testaamista. Viimeisellä tasolla prosessi suuntautuu yhteen (*convergence*), jolloin kaikki valmistelevat ja taustoittavat vaiheet on tehty ja suunnittelu viedään loppuun. Suunnitteluprosessi esitetään lineaarisesti etenevänä vuokaaviona, mutta käytännössä vaiheet eivät välttämättä etene peräkkäin. Suunnitteluvaiheet tapahtuvat usein yhtä aikaa tai seuraavaan vaiheeseen siirrytään, vaikka edellistä vaihetta ei ole saatu vielä päätökseen. (Noble 2005: 31–41 ja Bennett 2006: 132–142.)

DESIGN MANAGEMENT JA TILAUS

Uuden viestintäratkaisun, tuotteen tai palvelun kuvaus
Projektisuunnitelma
Suunnittelijan / muotoilijan rekrytointi
Tarjouspyynnöt ja tilaus

IDEOINTI, DESIGN JA RATKAISU

Customer brief

Tietoa tuotteen tavoitteista, käyttäjistä, kontekstista,
viestintämuodoista ja medioista

Suunnitteluprosessi

Ideointi —> Design —> Luonnoksia ja malleja
Keskustelut ja välipresentaatiot tarvittaessa

Creative brief

Ratkaisu, jonka suunnittelija esittelee

Tilaaaja tekee päätöksen
Viimeistely ja toteutus

TUOTE JA OHJEISTUS

Tuotteen, palvelun tai viestintäratkaisun julkistaminen
Ratkaisun käyttöönotto ja käytön ohjeistus
Mahdollisten lisäsovellusten suunnittelu

Kaavio 5. Suunnitteluprosessin vaiheet Seligerin mallin mukaan (Jokinen 2012: 24).

Seliger kirjoittaa visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessin vaiheista ja korostaa sitä, miten suunnittelua ohjaavan, isoimman idean löytäminen on avain onnistuneeseen lopputulokseen. Prosessin päämäärä on uusien luovien ratkaisujen etsiminen. Suunnittelussa muodostuvat tuotteet ovat uniikkeja ratkaisuja tilaajalle ja Seliger toteaaakin, miten ”yleispätevää design-projektin mallia ei ole, vaan jokainen projekti rakennetaan omanlaisekseen tehtävän, tilaajan ja tavoitteiden mukaan”. Visuaalisen viestinnän suunnittelu on jatkuva prosessi, visuaalinen ilme uudistuu organisaation, ajan ja ympäristön muutosten mukana. (Jokinen 2012: 18–27.) Seligerin esittelemä malli ja edellä esitelty Cooken malli, ovat työskentelytavoilltaan asiantuntijalähtöisiä ja käyttäjäkeskeisiä. Asiantuntijalähtöistä työskentelytapaa suunnittelumallissa tukee suunnittelijan iso itsenäisen suunnittelutyön osuus ja asiakkaan näkökulmasta mm. *customer brief*, jossa asiakas rajaa suunnittelun näkökulman ja tarkentaa ydinviestit. Käyttäjäkeskeisyys näkyy myös yhteistyömallissa, jossa käydään avointa keskustelua ja asiakas pääsee esittämään mielipiteitä suunnittelutyöstä.

Seligerin suunnitteluprosessi on jaettu kolmeen vaiheeseen:

- 1) ensimmäinen vaihe on *design management* ja tilaus,
- 2) toinen vaihe jakautuu ideointiin, suunnitteluun ja ratkaisuun ja
- 3) viimeisenä on tuote ja ohjeistus.

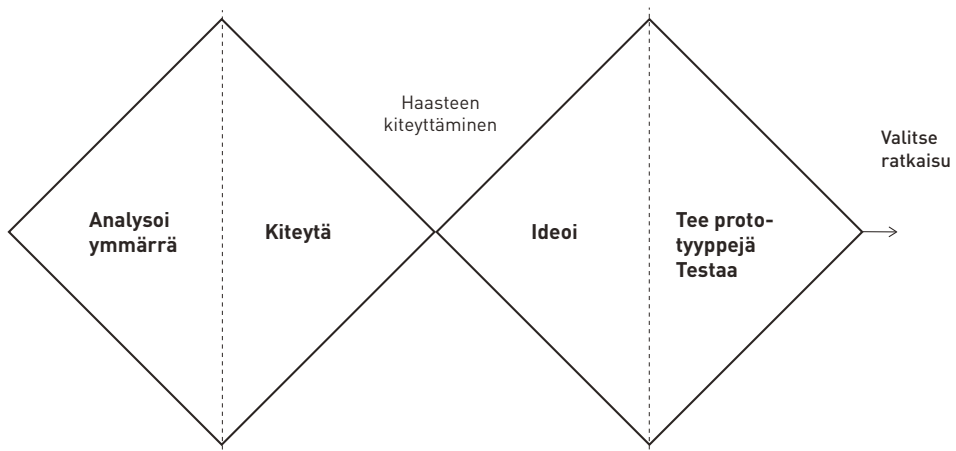
Ensimmäisessä vaiheessa tärkeintä on, että suunnitteluprosessissa tehdään kirjalliset dokumentit tarjouksesta, projektisuunnitelmasta, työtilauksesta ja sopimuksesta. Suunnitteluprosessille nimetään *design manager*, joka johtaa prosessia ja vastaa päätöksistä. Tämä ensimmäinen vaihe vastaa Cooken prosessiin verrattuna määrittelyä (vrt. Cooke *definition*).

Toisessa vaiheessa Cooken suunnitteluprosessi hajaantuu (*divergence*) ja sen jälkeen tapahtuu muutos (*transformation*). Seligerin suunnitteluprosessissa tapahtuvat samat vaiheet, mutta ne nivoutuvat yhteen. Tämä vaihe on molemmissa suunnitteluprosesseissa työläin. Työskentelyssä perehdytään, tutkitaan, analysoidaan ja hankitaan tietoa suunnittelua varten. Suunnitteluprosessi jakautuu suunnittelun lisäksi kahteen esittelyvaiheeseen *customer briefiin* ja myöhemmin *creative briefiin*. Näissä vaiheissa suunnittelija tekee tiivistä yhteistyötä asiakkaan kanssa ja asiakas vaikuttaa suunnitteluun eniten. *Customer brief* on vaihe, jossa asetetaan prosessin tavoitteet ja keskustellaan odotuksista. *Creative brief* tarkoittaa vaihetta, jolloin visuaalinen ratkaisu on syntynyt ja suunnittelija esittelee sen tilaajalle. (Jokinen 2012: 18–27.)

Molemmissa suunnitteluprosesseissa (vrt. Cooke) viimeisellä tasolla prosessi suuntautuu yhteen (*convergence*). Visuaalinen suunnittelutyö viimeistellään ja kaikki yksityiskohdat hiotaan valmiiksi. Suunnittelutyö ohjeistetaan, julkistetaan ja sovitaan jatkotoimista.

Pekka Pohjola (2019: 117) esittelee visuaalisen suunnitteluprosessin päävaiheet tuplatimantin muodossa. ”Double diamond -malli pitää huolen siitä, että asiat tehdään oikeassa järjestyksessä ja suunnittelu alkaa vasta, kun asiakaiden tarpeet ja ongelma ymmärretään hyvin”. Vuoden 2019 suunnitteluprosessi kuvataan laajenevana ja supistuvana timanttina ja se viestii muodoltaan palvelumuotoilun työskentelytapaa ja ajattelua.

Pohjola jakaa visuaalisen ilmeen suunnitteluprosessin lähtötilanteen analysointiin, tavoitteen kiteyttämiseen, visuaalisten keinojen ideointiin sekä konseptien testaamiseen. Vaiheet vastaavat palvelumuotoilun työskentelytapoja. Hän myös kirjoittaa käyttäen palvelumuotoilun käsitteitä ja puhuu konseptien karkeasta luonnostelusta, konseptien testaamisesta ja pilotoimisesta. Hän toteaa strategisen suunnittelun liittyvän vahvasti suunnitteluprosessiin ja pitää yrityksen omaa henkilökuntaa keskeisenä kohderyhmänä visuaalisen ilmeen uudistusprosessissa. (Pohjola 2019: 113–120.)



Kaavio 6. Suunnitteluprosessin vaiheet Pohjolan mallin mukaan (Pohjola 2019: 117).

2.5 Suunnitteluprosessien yhteenveto

Lähtökohtana tutkielmalle on kuvata ja selittää toimialaa, jossa visuaalinen suunnittelija toimii. Edellisissä luvuissa esitellään sekä palvelumuotoilun että visuaalisen viestinnän suunnitteluprosesseja pääpiirteittäin. Nämä prosessit muodostavat käsitystä luovan alan työskentelystä eri aikakausilta. Malleja valikoitui 4 kappaletta, joten tässä vaiheessa suunnitteluvaiheet kootaan yhteen kokonaisuuden hahmottamiseksi (kaavio 7). Näin edellä esitellyn aineiston yhtenäisyyksien ja eroavaisuuksien luettavuus helpottuu.

Palvelumuotoilun suunnitteluprosessimallia ”*double diamond*” tarkasteltaessa, tuplatimantin perusajatus pysyy muuttumattomattomana vuodesta 2004 tähän päivään (vuoteen 2020). Tämän vuoksi yhteenvedossa esitetään vain yksi palvelumuotoilun prosessi.

Visuaalisen viestinnän suunnittelussa Cooken prosessimalli on vuodelta 2005 ja Seligerin malli vuodelta 2012. Näissä kaaviot kuvataan vaiheittain etenevinä vuokaavioina. Selkeä muutos havaitaan Pohjolan esittämässä mallissa vuodelta 2019. Näiden kolmen tekijän luomat visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessit esitetään yhteenvedossa erillisissä sarakkeissa. Yhtenäisiä suunnitteluvaiheita korostetaan pinkillä värillä ja tekstihuomioilla.

Aikaperspektiivin ja suunnitteluvaiheiden tarkastelun lisäksi prosessimallit esitellään myös siksi, että niistä nähdään visuaalisen suunnittelijan työn osuus. Mitä vaiheita työskentelyssä on, milloin suunnittelija tekee itsenäistä työskentelyä ja milloin painottuu asiakasyhteistyö. Näitä päätelmiä esitellään tutkielman johtopäätöksissä ja pohdinta osiossa.

Suunnitteluprosessin vaiheiden esittely toimii myös johdatteluna tuloksiin ja case-tapaukseen.

Kaavio 7. Prosessien suunnitteluvaiheet jaoteltuna.

| Vaiheet | Palvelumuotoilu (Design Council 2019) | Visuaalinen viestintä (Pohjola 2019) | Visuaalinen viestintä (Seliger 2012) | Visuaalinen viestintä (Cooke 2005) |
|---------|--|--|--|--|
| 1 | Löydä | Analysoi | Customer Brief (Määritä) | Määrittely |
| 2 | Määritä | Kiteytä | Ideoi | Hajaantuminen |
| 3 | Kehitä | Ideoi | Creative Brief (Suunnittele) | Muutos |
| 4 | Kiteytä | Testaa | Viimeistele | Yhteen suun- tautuminen |

Yhtenäistä

Yhtenäistä

Yhtenäistä

1. Ensimmäinen, löydä-vaihe palvelumuotoilussa vastaa visuaalisen viestinnän analysoi ja määrittely-vaihetta. Tässä vaiheessa tutkitaan, kerätään tietoa ja selkeytetään ratkaistavaa ongelmaa.
2. Toinen askel on hieman poikkeava. Palvelumuotoilussa siirrytään supistamaan eli vaiheeseen määritä, jossa määritellään tai kiteytetään ongelmaa, kun visuaalisessa viestinnässä vastaavasti hajaannutaan tai ideoidaan. Tehdään taustatutkimusta ja etsitään visuaalisia ratkaisuja ongelmaan.
3. Kolmannessa vaiheessa, kehittäminen ja muutos tarkoittavat ratkaisujen kehittämistä ja testaamista. Molempien alojen prosessissa tämä on vaihe, jossa toiminta on laajenevaa, mutta vaiheet on nimetty toisistaan poikkeavasti.
4. Prosessin viimeisessä vaiheessa eli päätöksessä, kiteytä (pamu) ja yhteen suuntautuminen ja viimeistely (visu) ovat yhtenäisiä. Ratkaisu esitellään ja siitä keskustellaan.



3 Tutkimusmenetelmät ja aineisto

Tutkimusaineisto on kerätty havainnoimalla eli osallistun itse palvelumuotoiluprosessiin. Case-tapauksena on muotoilu-ajatteluun perustuva Global Service Jam -tapahtuma, mikä muodostaa kokonais kuvaa suunnittelun työskentelyvaiheista. Aineisto on kerätty tapahtuman aikana valokuvaten ja muistiinpanoja tekemällä.

3.1 Case esittely: Global Service Jam

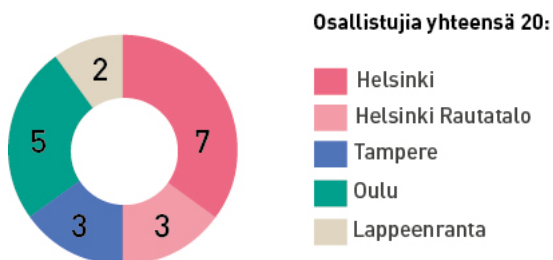
Global Service Jam on maailmanlaajuinen tapahtuma ja sillä on yhteinen teema, mikä julkistetaan yhtä aikaa eri puolilla maailmaa. Siihen saakka se on salaisuus, kaikille – tapahtuman järjestäjille ja osallistujille. Tapahtuman idea on siinä, että siihen voivat osallistua kaikki, jotka ovat kiinnostuneita ratkomaan suunnitteluongelmia ja valmiita kehittämään ongelmanratkaisukykyään. Tapahtuman osallistujat arvotaan ryhmiin ja näillä syntyneillä joukkueilla on 48 tuntia aikaa kehittää uusi prototyyppi palvelusta tai tuotteesta. Vuonna 2019 yhteinen teema oli *blue*.

Global Service Jam tapahtuma perustuu designlähtöiseen ajatteluun. Joukkueet muodostuvat ihmisistä, jotka ovat eri aloilta. Yhdessä tekemällä kokeillaan, innovoidaan ja kehitellään uusia ideoita. Työskentelykielenä on englanti ja tapahtuman aineistot julkaistaan englanniksi. Tapahtumassa korostetaan ”jammailua” ja siitä puhutaan yleisesti jammailuna. Hauskanpito ja uusien ajatusten jakaminen, yhdessä työskentely ovat tapahtuman pääasia. Yhteistä teemaa jammaillaan, sitä ei ylityöstetä eikä analysoida liian pitkälle. Tarkoituksena ei ole työstää palvelusta tai tuotteesta valmista konseptia, mutta se voi olla alku uudelle innovaatiolle tai yritykselle. (Globaljams.org, 2019.)

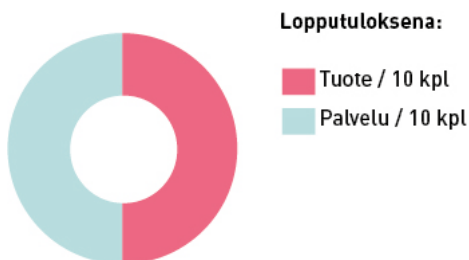
Tapahtuman aikana joukkueet jakavat työskentelyään valokuvina, videoina ja teksteinä. Tapahtuman tunnelmat, suunnitteluvaiheet, ongelmat ja lopputulokset, uudet oivallukset ja prototyypit julkaistaan tapahtuman yhteisellä verkkosivulla. Lopulliset prototyypit tallennetaan aikarajan (48 tuntia) sisällä samaan paikkaan. Ne voivat olla paperi- tai pahviprotot ja joukkue on koostanut työskentelystään visualisoidun konseptin (Powerpoint, PDF, Word-dokumentti tai nettisivu). Global Service Jam -tapahtuma on loppuun asti osallistava. Se päättyy prototyyppien ja konseptien esittelyyn. Joukkueet esittelevät lopputulokset toisilleen ja kertovat viikonlopun suunnitteluvaiheista, haasteista ja onnistumisista. Aineistosta syntyy mielenkiintoinen arkisto siitä, mitä ja miten eri puolilla maailmaa on innovoitu samasta aiheesta.

Global Service Jam on vapaaehtoisvoimin järjestettävä tapahtuma. Sen järjestäjänä toimii epävirallinen harrastajaverkosto, jolla on yhteinen intohimo palvelumuotoiluun ja halu innovaatioiden ja kokemusten jakamiseen. Vuoden 2019 tapahtumaan osallistui 124 kaupunkia eri puolilta maailmaa. Se käsittää 19 eri aikavyöhykettä ja kuusi maanosaa. Tapahtuman aikana syntyi 500 uutta prototyyppiä. (Globaljams.org, 2019.)

Suomessa jammailtiin viidessä kaupungissa ja osallistujia oli yhteensä 20. Tapahtuma, johon minä osallistuinkin, järjestettiin Helsingin Rautatalossa maaliskuussa 29.–31.3.2019. Tämä tapahtuma teki yhteistyötä Lappeenrannan ryhmän kanssa, jonne jaettiin tunnelmia ja ajatuksia videoyhteyden kautta.



Kaavio 8. Tapahtuman osallistujat Suomessa.



Kaavio 9. Lopputulosten jakautuminen tuote- ja palveluprototihin.

3.2 Osallistuva havainnointi aineistonkeruumenetelmänä

Tapahtuman aikana keräämäni aineisto luokitellaan toimintaympäristön havainnoinniksi. Kirjoitin muistiin konkreettisia toimintoja, millaisia eri menettelytapoja ja suunnittelutilanteessa käytetään. Millaisia välineitä käytetään, missä suunnittelua tehdään fyysisesti ja minkälainen ilmapiiri toimijoiden välillä ja ryhmässä, milloinkin on. Tämän aineiston lisäksi keräsin muuta aineistoa valokuvaamalla niissä suunnittelun vaiheissa, jotka olivat oleellisia suunnitteluprosessin tai visuaalisen konseptin kannalta. Koko 3 päiväisen tapahtuman videointi olisi tuottanut määrällisesti suuren aineiston ja se olisi vaatinut valmisteluja myös tapahtuman järjestäjältä. Kohdistettu havainnointi, jossa havainnointia tehdään vain rajatuista kohteista, on tyyppillistä valitsemalleni metodille. Valitsemalla havainnoiko materiaalista, taloudellista, sosiaalista, kulttuurista vai semanttista ympäristöä työskentelystä saa järjestelmällisempää ja kohdistetumpaa. Havainnointia kun voi tehdä ihmisympäristöstä kuin toimintaympäristöstäkin. (Vilkkä 2006: 44, Eskola & Suoranta 1998: 109.)

Osallistuva havainnointi on yleinen tutkimusmenetelmä palvelumuotoilussa, mutta myös markkinoinnissa. Havainnoinnin etuna on välittömän ja suoran tiedon saaminen yksilöiden ja ryhmien toiminnasta ja käyttäytymisestä. Havainnointi on erinomainen menetelmä mm. vuorovaikutuksen tutkimuksessa samoin kuin tilanteissa, jotka ovat vaikeasti ennakoitavissa ja nopeasti muuttuvia. Osallistuvan havainnoinnin hyvänä puolena on myös se, että se on vapaasti tilanteessa muotoutuvaa. (Hirsjärvi 2009: 213–214.) Yksi osallistuvan havainnoinnin menetelmä on markkinasuuntautunut etnografia (*Ethnographic market research, EMR*), jossa tutkija havainnoi kuluttajan käyttäytymistä sen luonnollisessa ympäristössä. Kysymysten esittämisen sijaan, tutkija on osallistuva havainnoija ja tapahtumien seuraaja. Tämä lähestymistapa tarjoaa arvokkaita oivalluksia, erityisesti elämäntavoista, mutta myös palvelun tai tuotteen käyttötavoista. (Wilson 2012: 113, 124.) Nämä Wilsonin ja Hirsjärven kuvailemat etnografiset tutkimustavat kuvailevat erinomaisesti sitä, mitä havainnointi tarkoitti tapahtumassa. Ryhmän työskentely oli nopeasti muuttuvaa ja yllätyksellistäkin, vaikka minulla oli ymmärrystä etukäteen palvelumuotoilun työskentelytavoista.

Osallistuessani tapahtumaan tutkimuskysymykseni ei ollut vielä tarkentunut nykyiseen muotoonsa. Tutkimuksen rajauksena oli näkökulma ”Visuaalinen suunnittelija palvelumuotoiluprosessissa”. Se mahdollisti avoimen lähestymistavan, mutta näin jälkikäteen katsottuna tuotti paljon aineistoa, jota olen sittemmin rajannut. Tiesin aiemman kokemukseni perusteella millaisia suunnitteluvaiheita muotoiluajatteluun perustuvassa prosessissa tulee olemaan, joten suunnittelin havaintoja varten etukäteen havaintorungon (kaavio 10), jota seuraten kirjoittelin havaintoja muistivihkoon. Aineistonkeruu on siten kohdistettua ja järjestelmällistä. Tämän lisäksi dokumentoin tutkimusaineistoa valokuvaamalla. Jokaisesta päivästä syntyi oma havaintoaineisto, jossa keskitin havainnot alla olevan jaottelun mukaan.

Kaavio 10. Case-tapahtumassa havainnoitavat teemat.

| Havaintorunko: |
|---|
| Tapahtuma (mitä tilanteessa tapahtuu, tapahtuman vaiheet, tarkoitus?) |
| Toimijat (vuorovaikutus muiden kanssa) |
| Metodi (mitä tekniikkaa käytetään) |
| Väline (miten visuaalisuutta käytetään?) |
| Fyysinen tila (missä työtä tehdään, ryhmätyötila, ulkona, muualla) |
| Toimintakulttuuri (osallistujien tunteet ja mielialat, mikä tuottaa iloa, harmia) |



Kuva 1. Onnistumisen iloa tapahtuman viimeisen päivän ryhmäkuvassa.

Osallistuvassa havainnoinnissa on tyypillistä, että tutkija osallistuu tutkittavien ehdoilla heidän toimintaansa ja että tutkija pyrkii pääsemään havainnoitavan ryhmän jäseneksi. Osallistuvan havainnoinnin menetelmässä on mielenkiintoista havainnoijan rooli, jossa tutkija on sisällä tutkimuskohteessa. Tutkija vaikuttaa omalla läsnäolollaan tutkimuskohteeseen ja tutkittavaan ilmiöön. Havainnoija on sekä tutkijan että ryhmän jäsenen roolissa. Osallistuva havainnoija ei voi olla pelkästään tutkija, koska tutkimuskohteen jäsenet antavat tutkijalle usein myös muita rooleja yhteisössään. (Hirsjärvi 2009: 216, Vilkkä 2006: 67–69.)

Roolit, joita minulla oli kolmen päivän tapahtuman ajan, olivat erilaisia. Osallistuin ryhmän jäsenenä suunnitteluvaiheisiin, fasilitointiin ja konseptin tuottamiseen. Samalla tein havaintoja ja olin tutkijan roolissa. Haittaavin taustamainaisuus tutkijana liittyy vahvasti visuaaliseen osaamiseen. Jäin tarkoituksella pois loppuyhteenvedossa visualisointien tekemisestä, sillä halusin havainnoida, miten ryhmä rakentaa visuaalisuutta esiteltävään konseptiin. Olisin visuaalisen viestinnän ammattilaisena johtanut suunnittelua ja vaikuttanut työskentelytapoihin.

Hyvän ja avoimen tutkimustavan mukaisesti sain havaintojen tekemiselle luvan tapahtuman järjestäjältä. Ryhmän jäsenet antoivat myös suostumuksensa havaintojen tekemiseen ja kuvaamiseen. Tapahtuman yhteisölliseen luontee-

seen liittyä vahvasti jakaminen, yhdessä tekeminen ja sitä kautta uusien asioiden oivaltaminen. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että henkilöt, joilta tietoa kerätään, tietäisivät tutkittavasta ilmiöstä mahdollisimman paljon tai heillä olisi kokemusta asiasta. (Tuomi & Sarajärvi 2009: 85.) Nämä ihmiset, jotka osallistuivat Global Service Jam -tapahtumaan, osallistuivat omasta halustaan ja kiinnostuksestaan. Heillä kaikilla oli hyvä motivaatio kokeilla ja testata asioita. Käyttäjälähtöinen suunnittelu ja tapahtuman työskentelyvaiheet ovat asiantuntijoina työskenteleville osallistujille varsin tuttuja, vaikka käytetyt menetelmät eivät olleet. Kokemus sujuvoitti joukkueemme työskentelyä ja yhteistä ymmärrystä.

3.3 Analyysimenetelmä

Ymmärtämiseen pyrkivässä lähestymistavassa käytetään laadullista analyysiä ja päätelmien tekoa (Hirsjärvi 2019: 224). Tämän tutkielman tarkoituksena on selvittää: **miten palvelumuotoilun työskentelytapoja hyödynnetään visuaalisessa suunnittelussa?**

Global Service Jam -tapahtumassa kerätty tutkimusaineisto koostuu kahdesta osasta (kaavio 8). Ensimmäinen osio on osallistuvalla havainnoinnilla kerätty aineisto eli valokuvat ja muistiinpanot ja toinen on yleisempi aineisto Suomen osalta käytetyistä suunnittelumetodeista.

Ensimmäisen aineiston avulla tavoitteena on tutkia, kuvata ja selittää toimialaa ja kenttää, jossa visuaalinen suunnittelija toimii. Muistiinpanot on järjestelty havaintorungon mukaan ja valokuvat kronologiseen järjestykseen. Kerätty aineisto on ryhmitelty erilaisiin yksiköihin. Analyysiyksiköt (kaavio 12), joiden kautta yritetään päästä tavoitteeseen ovat suunnitteluvaihe, menettelytapa, aika ja toimijat. Aineisto on jäsennelty, ryhmitelty ja lopuksi pohditaan mitä aineisto sisältää ja mistä se kertoo. Perusteluna on Vilkan (2006: 79) ajatus havaintojen ryhmittelystä. Miten-kysymyksiin saadaan vastauksia, kun havaintoja eritellään ja yhdistellään. Ryhmistä etsitään yhteisiä piirteitä tai nimittäjiä ja sen jälkeen niistä voi muodostaa yhteisiä käsitteitä tai ajatusmalleja.

Nämä ymmärtämiseen pyrkivät tulokset esitetään visualisoituna suunnitteluprosessina mikä muodostaa kokonaiskuvaa tapahtumasta ja esittää ryhmän työskentelyvaiheet kronologisessa järjestyksessä. Tuloksia on havainnollistettu myös valokuvina.



Kaavio 11. Aineistonkeruu ja analyysimenetelmät.

Kaavio 12. Aineiston analyysikysymykset.

| Tutkimus- kysymys | Työsken- telytapa käsite pilkottuna osiin | Isot analyysi- kysymykset | Analyysikysymysten tarkennukset |
|---|---|--|--|
| Miten palvelumuotoilun työskentelytapoja hyödynnetään visuaalisessa suunnittelussa? | Suunnittelu- vaihe | Minkälaisia työvaiheita palvelumuotoilussa on? | Mitä työvaiheita suunnittelussa on? Kuka vaiheita ohjaa? Kenen aloitteesta siirrytään seuraavaan vaiheeseen? Miten suunnittelun eri vaiheita visualisoidaan? Miten suunnittelun vaiheet dokumentoidaan? Ja mitkä vaiheet dokumentoidaan ja miksi ne valikoituvat dokumentoitavaksi? Mitkä suunnittelun vaiheet ovat aineettomia? |
| | Menettely- tapa | Minkälaisia menettelytapoja palvelumuotoilussa hyödynnetään? | Minkälaisia työskentelyvälineitä palvelumuotoilussa on käytössä? Mitkä ovat palvelumuotoilun tärkeimmät työskentelytavat? Mitkä työskentelytavat toistuivat? Kuka ohjeisti menettelytavat? Missä vaiheessa menettelytapoja käytettiin? Miten menettelytap. tulokset tallennetaan? Miten tulokset kootaan ja missä vaiheessa? Miten menettelytavat visualisoidaan? |
| | Aika | Missä työskentelyvaiheessa palvelumuotoilun työskentelytapoja käytetään? | Miten paljon eri työskentelytavat vievät koko prosessissa aikaa? Mihin toimintoihin käytetään eniten aikaa? Entä vähiten aikaa? Mikä työskentelyvaihe on hidas, mikä nopea? Mikä työskentelytapa on työläs, mikä kevyt? |
| | Toimija | Minkälaista vuorovaikutusta on eri toimijoiden välillä? | Minkälaisia toimijoita palvelumuotoilu-prosessissa on löydettävissä? Minkälaiset käyttäytymistavat vievät suunnittelua eteenpäin? Miten suunnittelijan asenne vaikuttaa työskentelytapoihin? Kuka ohjaa työskentelyä? kuka tekee muistiinpanot? Kuka koostaa materiaalin? Kuka päättää milloin työskentelyssä siirrytään seuraavaan vaiheeseen? |

Toisen aineiston muodostaa tapahtumassa tuotettu aineisto, mikä on tallennettu tapahtuman aikana globaljams.org-sivustolle (2019) ja on sieltä vapaasti poimittavissa. Aineisto rakentuu joukkueiden tuottamasta visualisoidusta konseptista, tuote- tai palveluprototyypistä ja tapahtuman aikana taltioidusta valokuvista ja työvaiheista. Aineisto on maailmanlaajuinen (500 kpl), josta tarkastelun kohteeksi on rajattu vain Suomi (20 kpl). Tämä aineisto on analysoitu luokittelemalla ja laskemalla. Analysoinnin vaiheet on esitetty vaiheittain seuraavassa taulukossa (kaavio 13).

Tulokset esitetään visuaalisesti havainnollistettuina infograafeina. Aineistosta on suodatettu pois ne tiedot, jotka eivät ole tarkoituksenmukaisia tutkitavan aiheen kannalta. Infograafit tekevät aineistosta ymmärrettävämmän ja luettavamman. Tulosten avulla yksittäisen ryhmän käyttämiä työskentelymetodeja voidaan vertailla laajempaan kokonaisuuteen. Näin tapaustutkimus siirtyy yksittäisestä yleisempään näkökulmaan ja saa vahvistusta käytetyille työskentelymetodeille.

Analysoidun aineiston koko on 20 verkkosivustolla esiteltyä projektisivua. Tästä aineistosta on poimittu suunnittelumetodeihin liittyvä aineisto, jota kertyi 19 sivua. Ja tämä aineisto on luokiteltu niistä muodostuneisiin pääluokkiin ja pienempiin osiin, josta on voitu lopuksi laskea montako kertaa suunnittelumetodi esiintyy ryhmien työskentelyssä.

Kaavio 13. Analysoinnin vaiheet.

| Analysoinnin vaiheet |
|---|
| 1) 500 projektin joukosta (globaljams.org) on poimittu Suomessa tehdyt projektit, joita löytyi 20 kpl. |
| 2) Jokainen tapahtumaan osallistunut joukkue teki projektisivun. Tapahtuman järjestäjä oli tehnyt sivustolle valmiin lomakepohjan, minkä mukaan tiedot kirjautuvat loogisesti ja samalla tavalla. Tästä lomakkeesta on poimittu kohdat; kuvaus ja pohdinta. Niissä joukkueet kirjoittavat mitä suunnittelumenetelmiä on käytetty ja pohdiskelevat omaa työskentelyään. |
| 3) Suunnittelumetodit on luokiteltu neljään suunnitteluvaiheeseen: löydä, määritä, kehitä ja kiteytä. Näin muodostuvat aineiston pääluokat. Esim. Kehittämisen vaiheeseen on luokiteltu menetelmät, jotka käsittelevät ideoiden jatkokehittämistä ja testaamista, jolloin tuotetaan ideoita lisää tai niitä työstetään palvelukonsepteiksi. |
| 4) Suunnitteluvaiheeseen kuuluvat metodit luokitellaan. Esim. Kehitä-pääotsikkoon muodostuivat luokat; prototyypit, testaaminen ja havaintoaineisto. |
| 5) Lopuksi on laskettu, montako kertaa sama suunnittelumetodi esiintyy aineistossa |
| 6) Kustakin pääryhmästä on valittu kolme tulosta ja ne esitetään visuaalisesti havainnoituina kuviaina. Nämä kolme tulosta on valittu lukumääräisesti käytetyimmistä metodeista tai merkityksellisesti poikkeavasta metodin käytöstä. |



4 Osallistavat työskentelytavat

Työskentelytapa -käsite on pilkottu 4 osaan; suunnittelu- vaiheisiin, menettelytapoihin, aikaan ja toimijoihin. Ne käsitellään tutkimustuloksissa jokainen omana lukunaan. Tutkimustulosten esittäminen valokuvina ja kaavioina avaavat sitä, miten tulos on saatu ja mitä se pitää sisällään. Menettelytavat eli suunnittelun metodit ovat laajin kokonaisuus. Tulokset on saatu kahden aineiston perusteella, havainnoimalla ja tapahtuman aineistoa luokittelemalla.

4.1 Neljä tärkeintä teemaa

Tässä tulokset-osiossa kuvataan case-tapausta ja vastataan esitettyihin analyysikysymyksiin. Johtopäätökset-osiossa näitä tuloksia tarkastellaan laajemmin aiemmin esitetyn tiedon kanssa.

Ensimmäinen teema on osallistavan suunnittelun vaiheet. Tulos on saatu osallistuvalla havainnoinnilla. Case-tapauksen suunnitteluprosessi puretaan vaiheittain ja suunnitteluvaiheet sijoitetaan tuplatimantin muotoon. Suunnitteluvaiheet esitetään visuaalisessa muodossa niin, että kaikki case-tapauksen vaiheet nähdään kokonaisuutena. Tuplatimantti avaa suunnittelun vaiheet kronologisessa järjestyksessä, jotka käsitellään vaihe kerrallaan. Työskentelyvaiheita selkeyttävät valokuvat.

Menettelytavat-osio avaa minkälaisia metodeja työskentelyssä hyödynnetään. Tulokset on jaoteltu kahteen osaan; osallistuvan havainnoinnin kohteena olleeseen case-tapaukseen ja laajempaan analysoituun aineistoon Suomen osalta. Tulokset on saatu luokittelemalla käytettyjä metodeja aineistosta, minkälaisia työskentelyvälineitä suunnittelussa käytetään, missä vaiheessa menettelytapoja käytetään, mitkä metodeista toistuvat, miten menettelytapojen tulokset tallennetaan ja visualisoidaan.

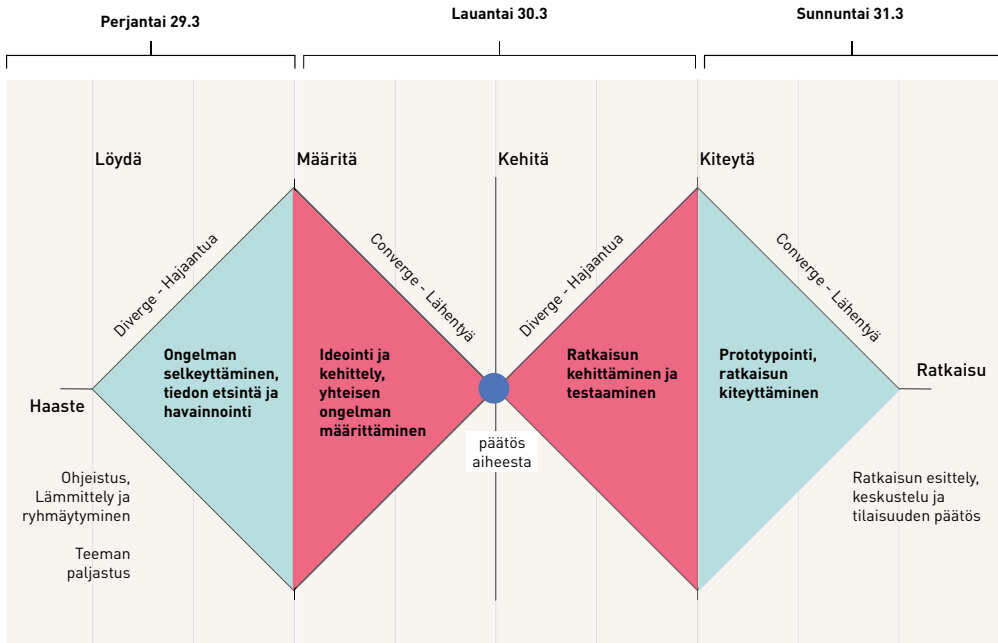
Aikaa käsittelevä luku kertoo, missä työskentelyvaiheessa palvelumuotoilun työskentelytapoja käytetään. Tulos on saatu havainnoimalla tapahtumassa ja tarkastelemalla suunnitteluvaiheista piirrettyä tuplatimanttia. Tuplatimantin tarkastelu vastaa siihen, mihin vaiheisiin työskentely painottuu, missä työskentelyn vaiheessa tarvitaan eniten palvelumuotoilun työskentelytapoja ja mitkä työvaiheet ovat työläitä, mitkä kevyitä.

Lopuksi käsittelyssä ovat toimijat. Ketkä ovat osallistuneet suunnitteluprosessiin? Minkälaista vuorovaikutusta eri toimijoiden välillä on, minkälaisia toimijoita palvelumuotoiluprosessissa on löydettävissä ja minkälaiset käyttäytymistavat vievät suunnittelua eteenpäin? Nämä tulokset on saatu havainnoimalla osallistujien käyttäytymistä tapahtuman aikana.

4.2 Osallistavan työskentelyn vaiheet

Service Jam
Helsinki Rautatalo

Suunnittelun vaiheet



Metodit:
Tiedon etsintä
1) keskustelu
2) äänestäminen
3) brainstorming
4) mindmap

Vuorovaikutus:
työskennellään
ryhmässä

Metodit:
Ideointi
1) brainstorming
2) brainwriting
3) "Crazy eight"
4) mindmap
5) äänestäminen

Vuorovaikutus:
työskennellään
ryhmässä ja
osittain jakautuneena

Metodit:
Kehittäminen
1) pikahaastattelu
2) asiakaspolun havainnollistaminen
3) MVP

Metodit:
Prototyypointi
1) paperiprototo
2) digitaalinen mockup
3) Wireframes
4) käsitekartat
5) konseptin kirjoittaminen ja visualisointi

Vuorovaikutus:
työskennellään
ryhmässä ja
yksilöinä

Kaavio 14. Case-tapahtuman työskentelyvaiheet ja metodit vaiheittain. Esitystapa Nesslerin mallia mukaillen (medium.com, 2019).

Visualisoitu tuplatimantti luo kokonaiskuvaa tapahtumasta ja esittää ryhmän työskentelyvaiheet. Tämä ryhmä on se, johon itse osallistuin ja josta tein havaintoja. Tuplatimantti muodostaa yhtenäisen kuvan viikonlopun työskentelyvaiheista ja selkeyttää tekstiä. Kuvion yläpuolelle sijoittuvat tapahtuman päivämäärät, keskellä timantissa kulkevat suunnitteluvaiheet ja kuvion alapuolelle sijoittuvat tapahtumassa käytetyt metodit ja ryhmän vuorovaikutus. Visuaalinen esitystapa mukailee palvelumuotoilija, bloggari Dan Nesslerin mallia (ks. lisää Medium.com, 2019).

Service Jam -tapahtuman neljä selkeää työskentelyvaihetta löydä, määritä, kehitä ja kiteytä jakautuvat kolmen päivän mukaan, perjantaista sunnuntaihin.

Perjantain 29.3.2019 työskentelyvaihe: LÖYDÄ. Tapahtumaan kuuluvan teeman paljastuksen, ohjeistuksen, lämmittelyn ja ryhmäytymisen jälkeen, ensimmäinen työskentelyvaihe on aiheen löytäminen. Ryhmäytyminen ja lämmittelyharjoitusten idea on saada ryhmän jäsenet toimimaan yhteen. Tässä vaiheessa yhteinen huumorintaju ja esittäytyminen on tärkeää. Löydä vaiheessa ongelman selkeyttäminen, tiedon etsintä ja havainnointi nousevat tärkeimmiksi tavoitteiksi. Työskentely tapahtuu suurimmaksi osaksi keskustelemalla.

Lauantain 30.3.2019 työskentelyvaiheet: MÄÄRITÄ ja päätöksen tekeminen. Lauantai on työskentelyvaiheiden raskain osuus, jolloin ryhmässä määritellään, millaista ongelmaa ratkaistaan. Työskentelyvaiheita ovat tausta-analysointi, ideointi, prototypointi ja testaaminen. Keskustelun ja post-it-lappujen lisäksi työskentelyä tehostetaan piirtämällä. Ideointi ja kehittäminen vaiheen jälkeen tavoitteena on määrittää yhteinen ongelma eli supistaa kehitetyistä ajatuksista yksi.

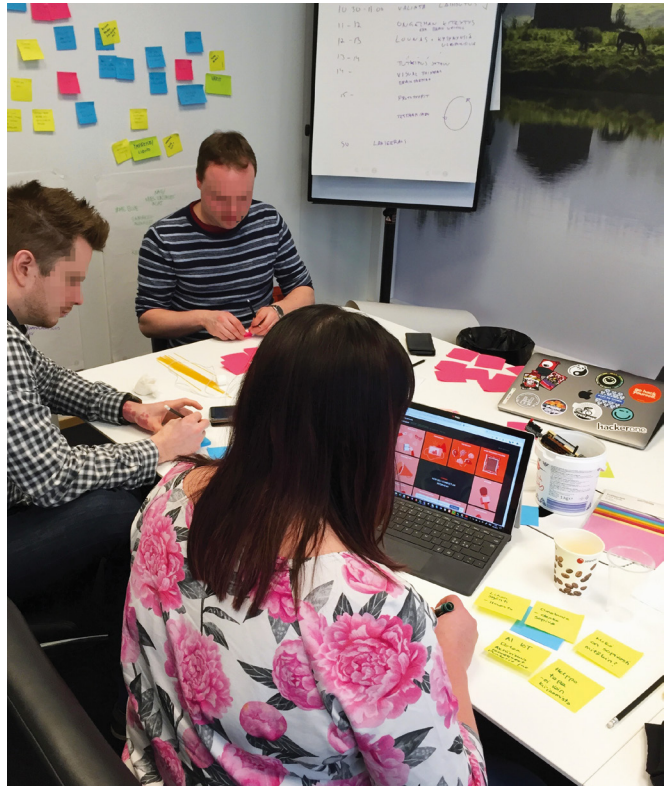
Lauantain 30.3.2019 työskentelyvaiheet: KEHITÄ. Päätöksen tekemisen jälkeen ryhmä siirtyy kehittämisvaiheeseen, jossa kehitettyjä ideoita testataan. Tämä työskentelyvaihe mahdollistaa työskentelyn ryhmässä ja osittain jakautuneena pienryhmiin. Ideoita testatetaan pikahaastattelulla, pahviprototyypeilla ja digitaalisilla mockupeilla.

Sunnuntain 31.3.2019 työskentelyvaihe: KITEYTÄ. Sunnuntaina ryhmä keskittyy kiteyttämiseen eli tässä työskentelyvaiheessa työstetään visualisoitua konseptia loppupresentaatiota varten. Työskentelyvaiheita ovat konseptointi ja esittely.

Työskentelyn rytmitystä ja työvaiheita ohjaavat tapahtuman järjestäjät, jotka ovat kellottaneet tapahtuman 48 tunnin vaiheisiin. He avaavat tilaisuuden, keskeyttävät välillä kaikkien työskentelyn videoneuvottelun ajaksi Lappeenrantaan ja huolehtivat, että ryhmät pitävät ruoka- ja kahvitaukoja. Tapahtuman järjestäjät tulevat myös välillä haastamaan kysymyksillä ja katsomaan miten työskentely etenee. He pitävät tapahtuman yhteenvedon ja loppukeskustelun toteutetuista konsepteista ja protoista. Varsinaista fasilitaattoria tapahtumassa ei ole. Fasilitaattorin puute aiheuttaa sen, että ryhmä joutuu tekemään kollektiivisia päätöksiä seuraavaan suunnitteluvaiheeseen siirtymisestä. Uuteen työskentelyvaiheeseen siirrytään aina siinä vaiheessa, kun ryhmä on jotakuinkin yksimielinen päätöksestä.



Kuva 2. Laajentuva (*diverging*) työvaihe.



Kuva 3. Lähentävä (*converging*) työvaihe.

Nämä valokuvat (kuvat 2 ja 3) havainnollistavat suunnitteluprosessin kahta merkittävää vaihetta; hajaantuminen ja lähentyminen. Ensimmäisessä kuvassa (kuva 2) on meneillään työskentelyn laajentuminen tai hajaantuminen (*diverging*), jolloin suunnittelussa yritetään tuottaa mahdollisimman paljon ideoita, rajoittamattamatta itseään ja luovia ajatuksiaan. Ideoita tuotetaan yksilöinä, mutta niitä käsitellään ryhmänä, keskustellen ja teemoitellen. Tuotettujen ideoiden joukosta etsitään yhdistäviä tekijöitä. Toinen kuva (kuva 3) on vastavasti lähentymis- eli supistusvaiheessa (*converging*), jolloin yhteistä ongelmaa määritellään ja yritetään ratkaista jakautuneena pienempiin ryhmiin tai yksilötyöskentelyyn.

Työskentelyvaiheet jakautuvat myös immateriaalisiin ja materiaalisiin vaiheisiin. Aineettomia työskentelyvaiheita ovat keskustelut. Ryhmä keskustelee ja ideoi lähes koko ajan yhdessä. Tästä johtuen, työskentelyvaiheita eteenpäin vieneistä keskusteluista on vaikea tehdä dokumentointia tai tallentaa ne visuaaliseen muotoon jälkeenpäin.

Materiaalisia työvaiheita ovat kaikki se, mitä tapahtumassa dokumentoidaan ja visualisoidaan. Post-it-lapuille kirjoitetut ideat, mindmapit, palvelupolut ja prototyypit. Suunnittelu etenee piirtämällä pienille ja isoille papereille, kirjoittamalla post-it-lapuille ja valokuvaamalla kokonaisuuksia puhelimeen. Vastaavanlaisia toteutuksia tai olemassa olevia palveluja (*benchmarks*) etsitään tietokoneella tai puhelimella. Keskusteluun nousevista asioista tarkistellaan faktoja. Kun koko ryhmä pohtii yhteistä teemaa tai ongelmaa, joku ryhmän jäsenistä ryhtyy luokittelemaan aineistoa isompiin ryhmiin tai kokonaisuuksiin. Näistä vaiheista otetaan valokuvia niin, että ne muistetaan myöhemmin. Minkälaisia ajatuksia ja ryhmityksiä päätöksistä tehdään. Nimitän näitä tilanteita ajatuskulkujen dokumentoinniksi.

4.3 Osallistavan työskentelytavan metodit

Toisena isona analyysikysymyksenä on selvittää, minkälaisia menettelytapoja eli metodeja palvelumuotoilussa hyödynnetään. Case-tapauksen avulla käy selville, millaisia työskentelymetodeja havainnoinnin kohteena oleva ryhmä käyttää suunnittelussa. Myös muut tapahtumaan osallistuvat ryhmät tallentavat työskentelyään projektisivulle. Näin kaikki Suomen Service Jam -tapahtumaan osallistuvien ryhmien käyttämät metodit tulevat luokitelluksi. Kaikissa näissä kahdessakymmenessä suunnitteluprosessissa työskennellään yhtenäisen *blue*-teeman ratkaisemiseksi. Tulokset esitellään vuorotellen niin, että niistä syntyy ymmärrettävä kokonaisuus. Ensin case-tapauksen käyttämät metodit, sitten kaikki tapaukset. Näin yhteen ryhmään kohdistuvan tapaustutkimuksen näkökulma siirtyy yksittäisestä näkökulmasta yleisempään.

Suunnittelumetodit käsitellään kronologisessa järjestyksessä neljän edellisessä luvussa esitellyn suunnitteluvaiheen mukaan; 1) löydä, 2) määritä, 3) kehitä ja 4) kiteytä. Jokaisessa vaiheessa käytetään hieman erilaisia metodeja. Toistuvia työskentelymetodeja ovat brainstorming, äänestäminen, teemoittelu ja protoaminen.

Eri työskentelyvaiheissa tarvitaan erilaisia metodeja. Suunnittelun alussa, löydä-vaiheen metodit ovat erilaisia kuin esimerkiksi kiteytä-vaiheessa. Seuraavissa luvuissa tulokset esitellään pääpiirteittäin vain kolmen työskentelyä eteenpäin vievän ja sitä kautta merkityksellisen metodin osalta. Sama koskee koko Suomen osalta tilastoituja metodeja. Tutkielman tarkoituksena ei ole tehdä syvällistä selvitystä palvelumuotoilun metodeista tai niiden käyttämisestä, joten aineiston rajaaminen on perusteltua. Internetissä selattavat digitaaliset menetelmäoppaat sisältävät tarkempia kuvauksia menetelmistä ja niiden käyttämisestä. (ks. esim. thisisservicedesigndoing.com/methods, designkit.org/methods).

Ennen yksityiskohtaisempiin tuloksiin siirtymistä, case-tapahtuman työskentelyä tarkastellaan tässä yleisemmällä tasolla.

Ryhmätyöskentely vaatii työskentelymetodeja, jotka toimivat yhteisen tavoitteen hyväksi. Sopivan ja tilanteeseen oikean työskentelytavan löytäminen ryhmänä ei ole helppoa. Omia ajatuksia on uskallettava tuoda esille ja ne on osattava pitchata nopeasti. Keskeisimmät työskentelymetodit liittyvät ideointiin, joihin palataan työskentelyssä moneen kertaan. Ensin täytyy kuitenkin ryhmänä päättää, millaista ideointimenetelmää käytetään. Ideoiden tuottamisen pitää olla nopeaa ja rajoittamatonta. Se työskentelytapa, mikä sopii yhdelle, ei saa toista ryhmän jäsentä tuottamaan kuin muutaman idean.

Hyvät ajatukset saattavat jäädä muistilapuille, eikä niitä osata visualisoida muulle ryhmälle eteenpäin. Tai joskus käsitteet, prosessissa työstetyt asiat saatavat mennä ristiin, koska ei ole yhteistä näkemystä tai visuaalista mallia siitä, miten asiat voi esittää selkeästi.

Ryhmällä ei ole erillistä fasilitoijaa, joten on keksittävä, miten työskentelään eteenpäin pääsemiseksi. Ryhmällä ei ole käytössä valmiita palvelumuo-
toilun menetelmäpaketteja tai listoja eikä käsitystä siitä, mitä metodeja pitäisi missäkin työskentelyvaiheessa käyttää. Ei ole myös ketään, joka ohjeistaisi käytetyt metodit. Internetistä löytyy etsimällä laaja työkaluvalikoima, pitäisi kuitenkin olla ymmärrystä siitä, mitä metodologia pitäisi milloin käyttää ja mikä näistä metodeista tuottaa parhaiten tuloksia tai vastauksia meneillään olevaan ongelmaan. Ryhmä ottaa metodeja käyttöön ennakkoluulottomasti ja sopii säännöistä keskenään mm. aikarajat, dokumentointi tai tulosten määrä. Ryhmä käyttää myös niitä metodeja, joiden käyttöönotto on yksinkertaista eli aikaa ei tuhjata metodin opettelemiseen.

Työskentelyvaiheiden tuloksia kootaan tekemällä niistä visualisoituja ajatuskulkuja. Post-it lappuja kootaan yhteen seinälle, pöydälle tai niistä tehdään mindmappeja. Nämä paperit tai laputetut kokonaisuudet kuvataan puhelimella talteen niin, että niihin on mahdollisuus palata myöhemmin. Tulokset kootaan aina siinä vaiheessa, kun ryhmä on saanut työstettyä jonkin kokonaisuuden kasaan eikä sen jatkotyöstäminen tuota enää uusia oivalluksia tai ideoita. Tapahtuman kellotus toimii myös tehokkaana rytmittäjänä.

4.3.1 Löydä-vaiheen suunnittelumetodit



Case-tapaus



Brainstorming



Mindmaps



Äänestämisen

Kaavio 15. Case-tapaus. Löydä-vaiheen suunnittelumetodeja.

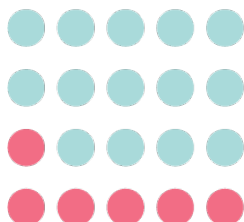
Löydä-vaiheessa etsitään tietoa. Tässä ensimmäisessä vaiheessa ryhmä ratkaisee mitä *blue*-teema voisi tarkoittaa. Löydä-vaiheessa työskentely jakautuu kahteen vaiheeseen; ongelman selkeyttämiseen ja ongelman valintaan. Löydä-vaiheen suunnittelumetodeja ovat 1) *brainstorming*, 2) teemoittelu eli *mindmaps* ja 3) äänestämisen.

Brainstorming (aivoriihi) on metodi, jossa kaikki ryhmän jäsenet esittävät ideoita vapaasti puhumalla ääneen ja yksi kirjaa ne talteen. Tämä työskentelymalli tukee ryhmän jäseniä, jotka saavat tuotettua ajatuksia nopeasti ja suodattamatta. Koska kaikki ryhmän jäsenet eivät pääse ääneen, käyttöön otetaan myös *brainwriting* -metodi. Siinä ideoita kirjoitetaan hiljaisesti paperille valitun aikarajan sisällä ja sen jälkeen sijoitetaan seinälle luettavaksi (Stickdorn 2018: 180.) Nämä metodit tuottavat vastauksia siihen, mitä *blue* voisi olla ja mitä se ryhmälle merkitsee?

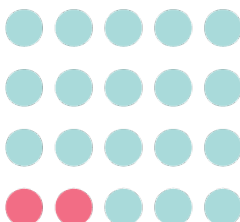
Syntyneitä ideoita rajataan ryhmittelemällä ja teemoittelemalla. Ajatuksia visualisoidaan tekemällä ideoista käsitekarttoja (*mindmaps*). Niillä hahmotetaan suunnittelun kohteena olevan palvelun kokonaisuutta, mitkä asiat liittyvät yhteen ja mitkä ovat niiden vuorovaikutussuhteet. *Mindmap* on visuaalinen esitys ja siksi se on muistettavampi kuin pelkkä tekstikuvaus (Tuulaniemi 2011: 140). Nämä visuaaliset esitykset auttavat ryhmää näkemään kokonaisuuksia ja sen, mitkä ajatukset lopulta liittyvät yhteen. Ryhmä koostuu eri alan asiantuntijoista, joten turhautumista aiheuttaa se, että samasta asiasta puhutaan hieman eri sanoilla tai käsitteillä.

Teemoittelun jälkeen ryhmä karsii ideoita äänestämällä. Jotta hyvistä ideoista saadaan poimittua se yksi – tärkein, äänestämisen on hyvä tapa toimia demokraattisesti ja tasapuolisesti. Jokainen saa kolme ääntä, jotka jaetaan tärkeimmän ja parhaimmalta tuntuvan ajatuksen alle.

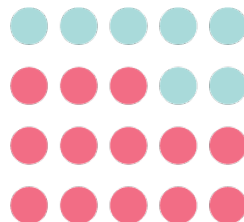
Kaikki tapaukset



Tiedon kartoitus:
6 ryhmää käytti
olemassaolevaa
tutkimustietoa hyödyksi



Tutkiminen:
2 ryhmää teki
puhelinhaastattelun



Ideointi:
13 ryhmää ideoi
visuaalisesti
luonnostemalla

Kaaviot 16, 17 ja 18. Kaikki tapaukset. Löydä-vaiheen suunnittelumetodeja.

Kaikkia tapauksia tarkastelemalla löydä-vaiheessa ryhmät rajaavat teemaa erilaisilla metodeilla kuten; havainnoimalla, haastattelemalla, tutkimalla, keskustelemalla, äänestämällä, ideoimalla, kokeilemalla ja brainstorming-metodilla. Kaikkien näiden suunnittelumetodien tarkoituksena on ymmärtää. Kuusi ryhmää etsii tietoa olemassa olevista tutkimuksista. Selitys on se, että nämä ryhmät löytävät nopeasti yhteisen ongelman, josta etsitään tietoa. Kaksi ryhmää tekee tässä vaiheessa puhelinhaastattelun. Kaikki ryhmät ideoivat visuaalisesti. Se on kuvattu ja kirjoitettu suunnitteluvaiheina; idea sketch, early concept tai sketching. Tämä tulos osoittaa, että piirtäminen helpottaa yhteisymmärryksen löytämistä ennestään tuntemattomien ryhmän jäsenten kanssa, koska ”yhteistä kieltä” ei vielä ole. Käsitteen, toimintaperiaatteen tai metaforan visualisointi selkeyttää ajatuksia ja luo uusia oivalluksia.

“We gathered over 50 things that came to mind regarding the event's theme. Then we used stickers to mark the ones that felt inspiring”. I am your mama App -ryhmä, Globaljams.org, 2019.

4.3.2 Määritä-vaiheen suunnittelumetodit



Case-tapaus



Brainstorming



Brainwriting



Crazy eights

Kaavio 19. Case-tapaus. Määritä-vaiheen suunnittelumetodeja.

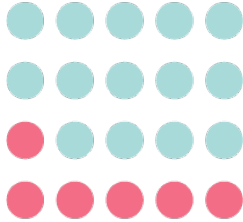
Määritä-vaihe on lähentyvä (Converging). Ongelmaan on löydetty isoja teemoja ja niitä on ryhmitelty. Tässä vaiheessa ryhmä valitsee ongelman ja kiteyttää idean yhteen ajatukseen. Voisi sanoa, että tässä vaiheessa tietoa tiivistetään. Ryhmä kirjoittaa "taglinen", otsikon, johon työstetään vastausta. Miten syödä terveellisesti. Aihetta rajataan kohderyhmillä. Kenelle suunnitellaan ja mitä. Työpaikkaruokailijoille, lapsiperheille, ravintolaruokailijoille vai kotiruokailijoille. Ajattelu muuttuu, sillä enää ei suunnitella itselle vaan muille.

Metodit, joilla työskennellään ovat 1) *brainstorming*, 2) *brainwriting* ja 3) *crazy eights*. Nämä ovat samoja tekniikoita kuin löydä-vaiheessa. Käytetyt metodit paljastavat sen, että ryhmä tuottaa edelleen uusia ideoita, vaikka niitä pitäisi supistaa. Määrittely-vaiheessa syntyneitä ideoita yhdistellään ja parannellaan niitä, joita on noussut esiin.

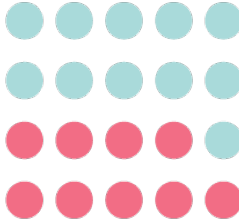
Ryhmä innovoi ja kehittää, millainen palvelu tai tuote voisi olla. Onko se uusi palvelu vai tuote. Onko se uusi palvelu olemassa olevalle käyttäjäryhmälle, kuten työpaikkaruokailijoille. Onko se jonkin palvelun palvelutarjonnan laajentaminen, palveluparannus vai lähdetäänkö haastamaan olemassa olevaa liiketoimintaa.

Syntyy päätös aiheesta – Älylautanen. Nyt ryhmä kokoaa ajatuksia siitä, millaisen muodon älykäs lautanen saa ja miten se toimii. Työskentelyssä käytetään *crazy eight*-tekniikkaa, missä on tarkoituksena kehittää mahdollisimman monta ideaa sovitun aikarajan sisällä. Tässä työskentelyn vaiheessa työskennellään yhdessä kehittäen vastauksia älylautasen haasteeseen. Miten se kerää dataa ja mitkä tiedot ovat oleellisia, millaisia toimintoja siinä on. Sisältääkö se maksuominaisuuksia, mitä tietoa käyttäjä saa ja miten ne välittyvät.

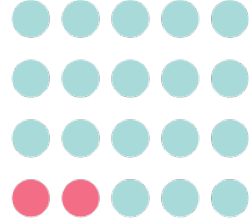
Kaikki tapaukset



Käyttäjäpersoonat:
6 ryhmää loi
käyttäjäpersoonia



Palvelupolku:
9 ryhmää suunnitteli
asikkaan palvelupolun



Sidosryhmäkartta:
2 ryhmää tuotti
sidosryhmäkartan

Kaaviot 20, 21 ja 22. Kaikki tapaukset. Määritä-vaiheen suunnittelumetodeja.

Kaikkia tapauksia tarkastelemalla suosituimmat suunnittelumetodit määrittelyssä ovat käyttäjäpersoonien luominen ja palvelupolun suunnittelu. Muita mainittuja työskentelymetodeja ovat moodboard, nelikenttä, lego pienoismallit, samankaltaisuuskaavio tai luokittelu, miten kysymykset ja sarjakuva.

Tulokset osoittavat, että määrittely-vaiheessa analysoidaan kerättyä tietoa ja metodit keskittyvät asiakasymmärrykseen, segmentointiin ja sidosryhmiin. Tuotteen tai palvelun asiakkaita segmentoidaan käyttäjäpersoonien avulla, palvelupolkuja piirtämällä luodaan asiakasymmärrystä ja sidosryhmiä tarkastellaan muodostamalla niistä karttoja. Ryhmät tallentavat määrittely-vaiheen tuloksia valokuvaamalla.

Lähes kaikki menetelmät ovat visuaalisia, joissa palvelua tai tuotetta ja sen käyttäjiä kuvataan piirtämällä. Luovimpia metodeja ovat legoilla rakentaminen tai sarjakuvan piirtäminen. Persoonien määrittelyssä käyttäjästä muodostetaan tarkempi kuvaus ja se auttaa ryhmää palvelupolun suunnittelussa. Palvelupolun yleisin toteuttamistapa on sen piirtäminen isolle paperille, käytössä ovat myös post-it -laput. Palvelupolku rakentuu palvelun kosketuspisteistä, joita ovat esimerkiksi ihmisten väliset kohtaamiset tai vaihe käyttöliittymässä.

"This where we mapped all the ideas into stickies and tried to conclude the user story into one map".

Butt on -ryhmä, Globaljams.org, 2019.

4.3.3 Kehitä-vaiheen suunnittelumetodit



Case-tapaus



MVP-kaavio



Pikahaastattelu



Asiakaspolku

Kaavio 23. Case-tapaus. Kehitä-vaiheen suunnittelumetodeja.

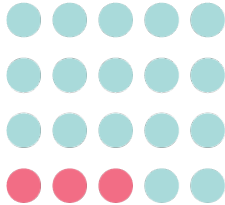
Kehitä-vaiheessa Älylautanen -ideaa selkeytetään. Työskentelymetodeiksi valikoituu 1) MVP-kaavion havainnollistaminen, 2) pikahaastattelut ja 3) asiakaspolun selkeyttäminen piirtämällä.

Pikahaastatteluja varten ryhmä jakaantuu pienempiin yksiköihin ja jalkautuu kadulle. Metodiksi valikoituu *What, How, Why?* -kysymykset. Pikahaastattelujen jälkeen ryhmä kokoaa tärkeimmät havainnot ja tekee päätöksen, miten palvelua kehitetään eteenpäin ja mikä muoto palvelulla on. Haastattelujen ja yhteenvedon jälkeen ryhmässä syntyy päätös applikaatiosta, digitaalisesta sovelluksesta (*app, application*).

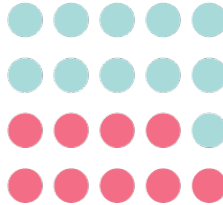
Ryhmä jatkaa työskentelyä luokittelemalla palvelun tärkeimmät ominaisuudet ja tämän tekniikan myötä muodostuu MVP, *Minimum viable product* eli pienin toimiva tuote. Siinä tuotetta pohditaan kolmikehäisen kaavion avulla, jossa määritellään, mikä on palvelun fokus eli mikä on aivan välttämätöntä palvelulle, toisella tasolla vastataan kysymykseen mitä palvelu tarvitsee toimiaakseen ja kolmas eli uloin kerros on kevyin palvelun toiminnan kannalta; mitä palvelussa olisi kiva olla? Työskentelytapa on yleinen tuotekehitysprojekteissa, josta ryhmän jäsenillä on kokemusta. Pienimmän toimivan tuotteen määrittely ja haastattelujen tulokset auttavat ryhmää kehittämään tuotetta. Syntyy ajatus tekoälyä sisältävästä nieltävästä pilleristä.

Ryhmä työstää tässä vaiheessa myös palvelun asiakaspolkua. Siinä keskitytään katsomaan palvelua käyttäjän näkökulmasta ja jaetaan asiakaspolku erilaisiin kosketuspisteisiin. Asiakaspolusta on erotettavissa kolme tasoa, sen mukaan miten monta kertaa käyttäjä palaa kosketuspisteeseen. Ensimmäinen taso = kertatoiminnot, toinen taso = toistuvat toiminnot ja kolmas taso = tiedon analysointi.

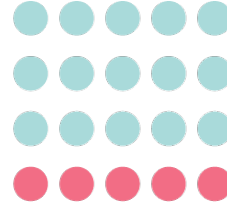
Kaikki tapaukset



Ensimmäiset protot:
3 ryhmää käytti
prototyypin kehittämiseen
legoja



Testaaminen:
9 ryhmää testasi protoa
pikahaastattelulla tai
kyselyllä



Menetelmäkarttaa:
5 ryhmää käytti idean
kehittämiseen
liiketoimintamallia
(Business model canvas) tai
palvelukarttaa (Service blueprint)

Kaaviot 24, 25 ja 26. Kaikki tapaukset. Kehitä-vaiheen suunnittelumetodeja.

Kehitä-vaihe on laajentuva työvaihe, jolloin suunnittelussa tuotetaan uusia ideoita ja luovia ajatuksia. Ideoita tuotetaan, mutta niitä myös testataan.

Tuotteesta tai palvelusta tehdään prototyyppi ja sitä testataan ennen viimeistelyvaiheeseen siirtymistä. ”Quick & dirty” työskentelytavat, joissa palvelua tai tuotetta testataan nopeasti ja kevyesti ovat olennaisia palvelumuotoilussa. Tämä työskentelytapa sopii tähän suunnitteluvaiheeseen ja aikarajoitettuun työskentelytapaan. Ryhmät käyttävät tässä vaiheessa metodeja monipuolisesti ja se tuottaa hajanaisen luokittelun. Suurin yhtenäistävä tekijä on, että lähes puolet ryhmistä raportoi testaavansa suunniteltua tuotetta tai palvelua pikahaastattelulla tai kyselyllä.

Kehittämisestä ja prototyyppien tekemisestä ryhmät kirjoittavat käyttävänsä metodeja kuten; Hahmomallit, Quick & dirty prototypes, Paperiprototyyppi, Wireframe-malli, Business model canvas ja Service Ecosystem Map.

Menetelmäkarttaa käyttää vain viisi ryhmää, joiksi on luokiteltu business model canvas tai service blueprint, jotka molemmat ovat palvelun tai tuotteen kehittämisessä visuaalisia ja selkeitä malleja.

“What we would do different next time is that we would do more quick and dirty -prototypes early on - now we made far-too polished versions of the prototype at an early stage”.

Virtual Coach Buddy -ryhmä, Globaljams.org, 2019.

4.3.4 Kiteytä-vaiheen suunnittelumetodit



Case-tapaus



Wireframes



Digital mockups



Pahvi-tai paperiproto

Kaavio 27. Case-tapaus. Kiteytä-vaiheen suunnittelumetodeja.

Kiteytä-vaihe on tapahtuman viimeinen päivä ja siinä keskitytään täysin konseptin kasaamiseen ja yhteenvedoon. Työskentelymetodeja ovat 1) *Wireframes* (rautalanmallit), 2) *Digital mockups* (digitaaliset mallikuvat) ja 3) pahvi- tai paperiproton tekeminen. Ryhmä valmistautuu esittelemään konseptin muille ryhmille. Kaikki ryhmät tallentavat lopputuloksen tapahtuman sivulle ennen aikarajan sulkeutumista. Ratkaisut esitellään yksi kerrallaan, siitä keskustellaan yhteisesti ja tilaisuus päättyy.

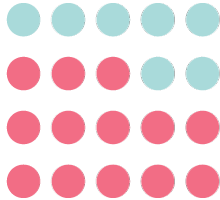
Yhteisesti sovittuja asioita ja päätöksiä tarkistetaan prosessin aikana tallennetuista valokuvista. Ryhmä työskentelee tiiviisti samassa tilassa, joten tässä vaiheessa työskentelyä asioita varmistellaan myös kysymällä.

Osa ryhmästä työstää pahvi-paperiprotoa. Ryhmän lopputulos on digitaalinen sovellus, joten visualisoidut pahvi-paperiprotot visualisoivat käyttäjän polkua. Miten palvelu toimii, mistä se alkaa ja mihin se päättyy.

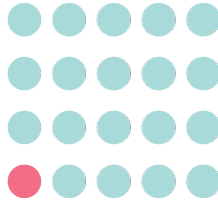
Ryhmän yksi jäsen, joka on erikoistunut käyttöliittymäsuunnitteluun, tekee mobiilisovelluksen mockupit. Nämä ovat sovelluksen wireframe, rautalanmallit, siitä miten palvelu toimii. Myös tämä on palvelumme protoamista. Mitä tietoja sovelluksen käyttämiseen tarvitaan käyttäjältä, miltä käyttöliittymä näyttää ja montako vaihetta siinä on.

Visuaalinen konsepti ja yhteenvedo tallennetaan tapahtuman sivustolle kaikkien saataville. Yhteenvedo ei esittele suunnitteluprosessia eikä sen vaiheita - miten ja miksi ryhmä on päätenyt nykyiseen konseptiin. Se esittelee ryhmän luovan idean ja lopputuloksen.

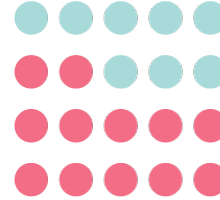
Kaikki tapaukset



Paperi- tai pahviproto:
13 ryhmää esitteli
konseptin paperi- tai
pahvimallina



Pelilliset menetelmät:
1 ryhmistä ideoi ja toteutti
lautapelin



Visualisoitu konsepti:
12 ryhmää koosti konseptista
visuaalisen esityksen (Powerpoint,
Word-dokumentti, PDF tai nettisivu)

Kaaviot 28, 29 ja 30. Kaikki tapaukset. Kiteytä-vaiheen suunnittelumetodeja.

Kiteytä-vaiheessa tulokset ovat samankaltaisia. Kehitellyt ideat visualisoidaan ja kerrotaan, miten ratkaisu otetaan käyttöön. Ryhmät työstävät paperi- tai pahviprotoa ja samalla visualisoitua loppuesitystä. Visualisoitu konsepti tarkoittaa tässä PowerPoint-esitystä, Word-dokumenttia, pdf-koostetta tai nettisivua. Yksi 20 ryhmästä toteutti lautapelin. Se on poikkeus selkeästi digitaalisesti painotuneiden ratkaisujen joukossa.

Ryhmistä 13 toteutti paperi- tai pahviproton. Muita toteutettuja prototyyppejä tai visualisointimuotoja olivat; *poster*, *video*, *legot*, *storyboard*, *moodboard*, *service blueprint* ja *handbook*. Ryhmistä 11 ideoi digitaalisen sovelluksen (*app*) ja 6 ryhmää kertoi toteuttaneensa sovelluksesta rautalankamallit (*wireframes*).

"Today is the day with most fun when we try to bring many means of entertainment into our final presentation".

Relax -ryhmä, Globaljams.org, 2019.

4.4 Työskentelytavat ajankäytöllisesti

Työskentelytapojen ajankäytön tarkastelussa analyysikysymyksenä on selvittää, missä työskentelyvaiheessa palvelumuotoilua käytetään. Mitkä työskentelyvaiheet ovat hitaita, mitkä nopeita, minkälaisiin toimintoihin aikaa käytetään?

Kun katsoo tapahtumasta toteutettua tuplatimanttia, siitä voidaan havaita, että laajentumis- ja supistumisvaiheet visualisoivat hyvin tapahtuman ajankäyttöä. Ajankäytöllisesti suurin osa työskentelystä painottuu lauantaille. Määrittely, päätös suunniteltavasta tuotteesta tai palvelusta ja kehittäminen ovat työskentelyn vaativimmat osuudet. Eli työskentelyvaiheen alku ja puoliväli, jossa ryhmä päättää yhteisesti aiheesta ja sen jälkeinen kehittämisvaihe. Lauantai on prosessin vaativin ja eniten aikaa vaativa työskentelyvaihe.

Ryhmä käyttää eniten aikaa ideointiin ja ideoiden karsimiseen. Jopa siinä määrin, että on vaikea päättää vain se yksi ongelma, mitä milloinkin ratkaistaan. Koko prosessia katsoen myös keskustelu vie huomattavan osan ajasta. Vähiten aikaa käytetään konseptin kasaamiseen. Keskeneräisyys ja hyvien ideoiden esittäminen on pääasia, ei viimeistelty lopputulos.

Diverge-vaiheissa eli työvaiheissa löydä ja kehitä, joissa ideoita tuotetaan paljon ja työskentely on keskustelevaa. Työskentely sujuu nopeasti ja ryhmä saavuttaa päätökset aika yksimielisesti. *Converge*-vaiheissa, joissa tuotetuista ideoista karsitaan eli työvaiheissa määrittele ja kiteytä, työskentely on hidasta. Kaikkein vaikeinta on muodostaa yhtenäinen päätös.

Koko suunnitteluprosessi tiivistyy kolmeen päivään, 48 tuntiin ja on siksi todella intensiivinen työskentelytapa. Tapahtuman aikarajaus aiheuttaa myös ns. vauhtisokeutta. Kellotus ja ennakolta tehty runko ajankäytöstä helpottaa työskentelyä, mutta sen tehokkuus vaati osallistujilta keskittymistä ja vie energiaa. Kovassa vauhdissa näkökulma rajoittuu.



Kuva 4. Kehitä-vaiheen työskentelyä. Ryhmä työittää palvelun asiakaspolkua ja visualisoi vaiheita piirtämällä ja post-it-lapuilla. Ideoita tuotetaan paljon ja työskentely on keskustelevaa.

4.5 Toimijat

Toimijoita tarkastellessa analyysikysymyksenä on selvittää minkälaista vuorovaikutusta eri toimijoiden välillä on. Minkälaisia toimijoita prosessin aikana löytyy ja minkälaiset käyttäytymistavat vievät suunnittelua eteenpäin. Kuka päättää milloin työskentelyssä siirrytään seuraavaan vaiheeseen. Kuka ohjaa suunnittelua ja miten päätökset tallennetaan.



Kuva 5. Jammailua kiteytä-vaiheessa. Projektin vetovastuu vaihtuu useita kertoja tapahtuman aikana. Vasemmassa reunassa oleva ryhmän jäsen työstää digitaalisia mockuppeja tietokoneella, kun muu ryhmä keskustelee ja piirtää konseptin loppuratkaisuja.

Muotoiluajatteluun perustuvassa suunnitteluprosessissa on yleensä fasilitaattori, joka ohjaa ryhmän työskentelyä ja tuntee käytettävät metodit. Koska ryhmällä ei ole fasilitaattoria tai nimettyä vetäjää, vetovastuuta vaihdetaan lennosta. Se, joka tuntee tai tietää tilanteeseen sopivan työskentelymetodin, ottaa vetovastuun. Kun yksi väsy, toinen ottaa ohjat. Projektin vetäjän vaihtuminen kesken suunnittelun tuo mukanaan aina uuden ajattelutavan ja uusia tavoitteita. Jokainen vetäjä, kun katsoo suunniteltavaa tuotetta omasta asiantuntijuudesta. Vaihtuva vetäjä pitää toisaalta ryhmän aktiivisena ja toisaalta turhauttaa. Vaihtuvan vetäjän työskentelytapa vie suunnittelua kuitenkin eteenpäin.

Vuorovaikutusta tapahtuu myös Lappeenrannan ja Helsingin tapahtuman välillä. Nopeiden protojen tekemisen lisäksi sparrailu tai ”jammailu” muiden kanssa kuuluu tapahtuman luonteeseen. Tapahtuman ohjaajat järjestävät videoyhteyden kaksi kertaa Lappeenrannan tapahtumaan, jossa työskentelee kaksi ryhmää. Ryhmä sai välittää omia kokemuksia ja toisinpäin. Jammailussa on kysymys omien ideoiden testaamisesta esittelemällä ja puhumalla. Jos jotain ei ymmärretä toisessa ryhmässä, se aiheuttaa turhautumista ja sitten ajatuksen yksinkertaistamista.

Työskentelyn ajatuskulut tallentuvat koko ajan papereille ja post-it-lapuille ja ne kuvataan talteen. Näistä kuvista ja aineistoista muodostuu hyvä dokumentointi työskentelyn vaiheista ja etenemisestä. Paperit säästetään tapahtuman loppuun saakka niin, että niihin palaaminen onnistuu tarvittaessa.

Suurimmalla osalla ryhmän jäsenistä on tausta IT-alalla ja heillä on pitkä työkokemus. Työskentely sujuu ryhmässä hyvin joustavasti, sillä asiantuntijoina he työskentelevät eri aloilta tulevien asiakkaiden kanssa ja joutuvat tekemään työssään kompromisseja yhteisen päämäärän saavuttamiseksi. Tämä vaihe koostuu konseptin viimeistelyvaiheesta, jolloin asioita vain tarkistellaan toiselta kysymällä, samalla kun oman osuuden työstäminen etenee.

Reflektoiva keskustelu muiden tapahtumaan osallistuneiden ryhmien ja oman ryhmän kesken on tärkeää, sillä vain sitä kautta saattaa huomata ajateltavansa asioista toisella tavalla kuin ryhmässä tai että jokin asia on jäänyt kokonaan huomaamatta.

Kaikki eivät osallistu koko ajan kaikkeen. Työskentely jakautuu luonnollisesti MeWeUs-vaiheiden mukaan (Nummi 2007:35). Työskentelyä tehdään yksin, jolloin on mahdollista selventää ajatuksia. Pienryhmässä on mahdollista jakaa ja testata ajatuksia ja toisinaan koko ryhmä työskentelee yhdessä. Keskityminen, osallistuminen, havainnointi, uuden ideointi ja tiivis läsnäolo ryhmässä saa osallistujien energiatasot vaihtumaan. Yhden väsähtäessä, toinen on energisempi ja kannustaa ryhmää eteenpäin. Ja näin jokainen toimija vaikuttaa omalla asenteellaan ryhmän työskentelyyn ja viihtyvyyteen.



Kuva 6. Yksilötyöskentelyä. Omien ajatusten jakaminen.



Kuva 7. Työskentelyä pienryhmässä. Ideoita testataan ja jaetaan.



Kuva 8. Työskentelyä koko ryhmällä. Tässä kuvassa ryhmä harjoittelee tapahtuman loppupresentaation esittämistä ja testaa videoyhteyksiä. Työskentelyn MeWeUs-vaiheet ammattilaisfasilitaattori Pepe Nummen jaottelun mukaan (Nummi 2007: 35).



5 Johtopäätökset

Tutkimuksen tarkoituksena on tarkastella luovan alan työskentelytapoja. Lisäksi tarkoituksena on selvittää muotoiluajattelua ja osallistavan suunnittelun käsitettä. Ymmärtää mitkä ovat muotoiluajatteluun perustuvan työskentelyn vaiheet, millaisia metodeja suunnittelussa käytetään ja miten ryhmän vuorovaikutus ja ajankäyttö vaikuttavat työskentelyyn ja millainen suunnitteluprosessi näistä muodostuu. Tutkimuksen perusteella voidaan päätellä, miten palvelumuotoilun osallistavia työskentelytapoja hyödynnetään visuaalisessa suunnittelussa.

Molempien luovien alojen suunnitteluprosessia tarkastelemalla nähdään, että visuaalisen suunnittelun prosessi on yksilökeskeisempi ja asiantuntijapainotteisempi vuorovaikutukseltaan ja metodeiltaan kuin palvelumuotoilun prosessi. Molempien alojen suunnitteluprosessit etenevät haasteesta tulokseen, vaikka suunnitteluvaiheet on nimetty toisistaan poikkeavasti.

Visuaalisen suunnitteluprosessin vaiheet (Cooke, Seliger ja Pohjola) ovat vain esimerkkejä. Kirjoittajat tuovat esiin sen, että yhtä visuaalisen suunnitteluprosessin mallia ei ole olemassa vaan suunnitteluprosessi muuttuu suunniteltavan tuotteen mukaan. Cooken prosessi on piirretty asiakasprojektin innoittamana ja Seligerin sekä Pohjolan prosessi kuvailevat visuaalisen suunnitteluprosessin yleisesti käytössä olevia työskentelytapoja ja vaiheita. Julkaisun tekemisen suunnitteluprosessi näyttää erilaiselta vaiheineen kuin digitaalisen

aineiston suunnittelu. Karkeasti eriteltynä, toisin kuin palvelumuotoilu, visuaalinen suunnittelu ei noudata yhtä suunnittelumallia eikä visuaalisessa suunnittelussa ole käytössä metodipankkeja, joista poimia asiakkaan väliseen kommunikointiin vaihtoehtoja.

Cooken prosessimalli on vuodelta 2005 ja Seligerin malli vuodelta 2012. Molemmat näistä suunnitteluprosesseista esitetään vuokaaviona ja niissä on yhteneväisiä työvaiheita. Näissä malleissa suunnittelija tekee kuitenkin paljon sellaista työtä, jota asiakas ei näe. Suunnittelijan ja asiakkaan työskentely vuorottelevat. Suunnittelijaideoi, luonnostele ja esittelee ajatukset asiakkaalle tai suunnittelija analysoi asiakkaan sidosryhmää ja esittelee ne asiakkaalle. Pohjolan esittämä malli vuodelta 2019 on jo paljon lähempänä käyttäjälähtöistä suunnittelua (*User-Centered Design*). Pohjola pitää asiakkaan osallistumista suunnitteluvaiheisiin tärkeänä, luonnostelu, idean etsiminen ja ajattelu tehdään näkyväksi.

Case-tapahtumasta saadusta aineistosta voidaan havaita, että osallistavan työskentelyn vaiheistaminen päiviin ja suunnitteluvaiheisiin on tärkeää, sillä työskentelyvaiheiden jakaminen antaa rytmiä suunnittelulle. Niiden nimeämisellä ei ole suurta painoarvoa, vaan sillä, mikä on suunnitteluvaiheen tavoite, kuten esimerkiksi ongelman määrittely tai kehittäminen testaamalla. Kokonaiskuva työskentelyvaiheista selkeytyy etukäteissuunnittelun kautta. Se rakentaa myös ymmärrystä suunnitteluun, sillä jokaisella suunnitteluvaiheella on tarkoitus ja päätöksiä on pakko tehdä.

Visuaalisen suunnitteluun toimiala on rajattu tässä tutkielmassa yritys- tai brändiviestinnän suunnitteluun. Näille toimialoille käyttäjälähtöinen suunnittelumalli sopii hyvin. Luovan alan tekijä voi olla visuaalinen suunnittelija tai art director, joka työskentelee mainonnan tai markkinointiviestinnän toimialalla tai in-house graafikko, joka työskentelee yhden brändin alla ja asiakkaat ovat talon sisäisiä asiakkaita. Osallistava suunnittelumalli sopii myös luovan alan yrittäjälle. Sen sijaan osallistava ja käyttäjälähtöinen suunnitteluprosessi sopii huonosti mm. kuvittajalle, kirjainmuotoilijalle tai taittajalle. Tämä perustuu ajatukseen, että näissä asiantuntijuutta korostavissa työskentelytavoissa se ei tuota lisäarvoa luovaan suunnitteluun. Työskentely on painottunut enemmän taiteelliseen ilmaisuun ja yksilösuoritukseen.

Luovan suunnittelun toimialoilla; mainostoimistoilla, palvelumuotoilutoimistoilla, viestintätoimistoilla ja digitoimistoilla on omat suunnitteluprosessinsa. Ne muokkautuvat asiakkaiden mukaan ja vastaavat kohderyhmän tarpeisiin. Suunnittelun keskiössä on ihminen, jolloin asioita tehdään asiakkaan näkökulmasta. Parhaimmillaan osallistava visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessi sitouttaa asiakkaita. Tekijät, sekä suunnittelija että asiakas, oppivat tuntemaan toisensa ja asiakkaan kohderyhmän.

Mainostoimistoissa on yleisesti käytössä Design Sprintit. Niissä on sama perusperiaate kuin tutkimuksen case-esimerkkinä toimineessa muotoiluajatteluun keskittyvässä Global Service Jam -tapahtumassa. Design Sprintit ovat ajallisesti lyhyitä ja suunnittelusessioiden välissä pidetään pieniä taukoja. Case-tapausten pohjalta tarkasteltuna, kolmessakin päivässä ehtii ihan hyvin ja saa proton aikaiseksi. Työskentelytapa ei tuota valmista palvelua, tuotetta tai konseptia. Suunnittelutyö, palvelun tai tuotteen osalta, jatkuu tai voi vasta alkaa proton esittelyn jälkeen. Tämän prosessin jälkeen, kun suunnittelulle on saatu kehukset, suunnittelijan on helpompi lähteä työstämään visuaalista ilmettä, graafisen suunnittelun työkaluilla ja ohjelmilla. Päästään takaisin asiantuntijaosaamiseen, jossa visuaalinen suunnittelija hallitsee ilmeen tekemiseen tarvittavat taidot, typografia, värit, muodot, ohjelmat, asetellut, erilaiset sovellukset (painettu ja digitaalinen) ja pystyy keskustelemaan asiakkaan kanssa näistä ratkaisuista. Osallistavan suunnitteluprosessin jälkeen myös asiakas ymmärtää, mistä visuaalinen ilme muodostuu eikä se jää irralliseksi osaksi brändin ilmeen tai uuden tuotteen lanseerausta.

Huomioitavaa on, että tämän osallistavan suunnitteluprosessin avulla on mahdollista työskennellä asiakkaiden kanssa intensiivisesti ja tehokkaasti eikä lopullinen ratkaisu jää ainoastaan visuaalisen suunnittelijan näkemykseksi. Ne, jotka ovat prosessissa mukana saadaan sitoutettua päätöksiin. Tämän perusteella väitän, että osallistava työskentelymalli visuaalisen viestinnän suunnittelussa lisää asiakastyytyvääisyyttä. Ainakin se vähentää työskentelyn aikana turhautumista ja tilanteita, jolloin suunnittelussa palataan taaksepäin sen vuoksi, että on tehty huonoja päätöksiä. Prototyyppejä testataan ja pahimmat mokat jäävät tekemättä. Huonolla päätöksellä viitataan siihen, että päätösvalta tässä suunnittelumallissa kuuluu kollektiivisesti koko ryhmälle – ei vain yhdelle ihmiselle, joka voisi tehdä päätöksen oman asiantuntijuutensa näkökulmasta tai esimiesasemasta.

Osallistavassa työskentelyssä vuorovaikutuksen täytyy olla avointa ja osallistujien täytyy luottaa toisen tekemiseen. Case -tapaus osoittaa sen, että ryhmän täytyy osata katsoa tulevaisuuteen ja olla ennakkoluuloton. Osallistava suunnittelumalli mahdollistaa uusien työskentelymetodien kokeilemisen ja luovan ajattelun. Kuuden hengen työskentelyryhmä toimii hyvin. Osallistujien asiantuntijuus rakentuu silloin eri näkökulmista ja työskentelyä voidaan tehdä pareittain tai pienemmissä ryhmissä. Kuuden osallistujan ryhmässä vuorovaikutus säilyy avoimena ja keskustelevana. Jokainen ryhmän jäsen haluaa puhua ja kertoa mielipiteensä. Ryhmähenki on kannustava. Yhteisille asioille nauraminen ja hulluttelu sopivissa määrin tekevät työskentelystä rennon ja välittömän.

Liian yksimielinen ryhmä ei voi olla, mutta eriävistä näkemyksistä pitää osata puhua ja hyväksyä se, että kaikki muidenkin tekemillä päätöksillä on merkitystä. Päätökset syntyvät yhtenäisesti niin, että työskentelyssä voidaan siirtyä seuraavaan vaiheeseen. Toinen ääripää ryhmätyöskentelyssä on se, että yksi ryhmän jäsen voi innostua omasta ajatuksestaan niin, että yrittää manipuloida tai painostaa muun ryhmän tykkäämään siitä myös. Osallistavassa työskentelyssä nämä molemmat ääripäät tasoittuvat, kun päätöksen tekemiseen käytetään oikeanlaista metodologiaa, esimerkiksi äänestämistä tai mitä muuta tahansa valintaan pakottavaa menettelyä. Kovaäänisin, korkeimmassa asemassa oleva asiantuntija tai esimies ns. Hippo (*highest paid person in the office*) ei voi tehdä päätöstä itse. Kun katsoo muotoiluajatteluun perustuvaa visuaalisen suunnittelun projektia, ryhmän kokoonpanoon voisi liittyä yrityksen tai tuotteen parhaiten tunteva markkinoinnin osaaja ja tapauksesta vastaava viestintäasiantuntija. Näin suunnitteluprosessiin saadaan asiakaslähtöisyys. IT-alan asiantuntija tai koodaaja ehdottomasti mukaan, jos visuaalista viestintää sovelletaan digitaalisesti tai suunnittelussa tarvitaan prosessiajattelua.

Osallistuva työskentelymalli kehittää toimijoiden vuorovaikutustaitoja. Yksi näistä on esiintymistaito. Case-tapauksesta nousee esiin pitchaaminen. Ryhmän jäsenen pitää osata pitchata eli kertoa lyhyesti omasta ideastaan ja kertoa sen vahvuudet. Esiintymistaito, hyvä ja selkeä puhetyyli nousee tärkeäksi. Ryhmässä työskentely vaatii esiintymistaitojen lisäksi taitoa kuunnella, olla läsnä. Oma aktiivisuus vaikuttaa motivaatioon. Visuaalisen viestinnän toimialalla esiintymistaidoilla on vaikutusta jo ensimmäisessä asiakastapaamisessa, jossa läpikäydään tarjousta tai silloin, kun visuaalinen suunnittelija esittelee teemäänsä ratkaisuja asiakkaalle.

Ajankäyttö on huomionarvoinen asia osallistuvassa työskentelymallissa. Aikaa jaetaan koko suunnitteluprosessin ajan. Isossa mittakaavassa sitä jaetaan työskentelypäiviin ja suunnitteluvaiheisiin. Pienimmissä yksiköissä aikaa jaetaan metodologia käytettäessä. Työskentelyä jaetaan osiin, jolloin työskentely säilyy energisenä ja kiinnostavana. Ajankäyttöä pilkotaan ja hallitaan erilaisilla tekniikoilla kuten; kellottamalla, *crazy eight* -tekniikalla sekä lounas- ja kahvitauoilla. Ajankäytön hallintaa on myös ryhmän jakaminen osiin, jolloin ajatustyötä tehdään yhdestä asiasta moninkertaisesti. Osallistuvassa työskentelymallissa keskustellaan paljon, mutta sitä tehdään vuorotellen ja ideoinnilla tai keskustelulle on asetettu jokin tavoite – päämäärä, mitä tavoitellaan. Vertaamalla tätä työskentelymallia esim. tavallisiin kokouskäytäntöihin, ajallisesti pitkään pala-veriin, jossa osallistujat nuutuvat eivätkä kaikki pöydän ympärillä olevat pysy aktiivisina. Keskittyminen karkaa puhelimeen, sähköpostiin ja muihin ajatuksiin.

Osallistuvan työskentelyn mallissa ryhmän jäsenet ovat koko ajan tietoisia siitä, että suunnittelutyö on kelloitettu ja suunnitteluvaiheet liittyvät toisiinsa.

Vuorotteleva vetovastuu on avainsana. Kaikki ihmiset eivät ole hyviä kaikessa. Osallistava työskentelymalli antaa ryhmän jäsenten loistaa siinä, missä he ovat luontaisesti hyviä. Toinen on hyvä ideoimaan, yksi on harkitseva ja yksi luonnostaan johtaja. Yksi näkee visuaalisesti, toinen teknisesti, yksi harkitsee, toinen on impulsiivinen. Innovointi, kehittäminen – ja päätösten tekeminen, jarruttaminen ja keskittyminen yhteen asiaan vuorottelevat. Se helpottaa malttamatonta ekstroverttiä ja toisaalta rauhoittaa introverttiä. Kaikille tekijöille löytyy tässä prosessissa paikkansa.

Case-tapauksen perusteella on todettava, että osallistava työskentelytapa sallii, suorastaan kehottaa ajattelemaan isosti. Työskentelytapa on kannustava ja kokeileva, ideoita tuotetaan paljon ja ryhmän jäsenten innostus tarttuu. Isot ideat paisuvat, mutta ne myös hioutuvat matkan varrella. Luovassa ajattelussa on kuitenkin parempi tehdä ylilyöntejä kuin edetä harkiten eteenpäin. Asiakkaalla on usein vahva näkemys siitä, miltä oma brändi näyttää visuaalisesti (värit, fontit ja muut peruselementit), minkälaiselle kohderyhmälle puhutaan ja minkälaista markkinointia käytetään eli minkälaisiin mielikuviin vaikutetaan.

Palvelumuotoilun metodeilla suunnittelussa voidaan painottaa eri asioita, riippuen siitä, mitä ongelmaa ratkaistaan. Esimerkiksi *Business model canvas* auttaa, kun yritykselle suunnitellaan uutta palvelua tai kysymyksessä on startup, radikaali innovaatio tai uusi palvelu. Hyvin valituilla metodeilla visuaalisessa suunnittelussa on mahdollista siirtyä seuraavalle tasolle. Osallistavassa suunnittelussa asiakas sitoutuu omaan brändiinsä, sillä visuaalinen ilme rakentuu muustakin kuin näkyvistä elementeistä. Visuaalinen ilme viestii juuri niistä arvoista, jotka ovat asiakasyrityksen ytimessä.

Osallistuva työskentely kehittää visuaalista ajattelukykyä, sillä ajattelua pitää osata tuoda näkyväksi. Visuaaliset kuviot ja kaaviot tekevät ajattelua selkeäksi ja sitä kautta ymmärrettäväksi. Prosessikaavion, aikajanan, palvelupolun, *service blueprintin* tai MVP-kaavion piirtäminen auttaa havainnollistamisessa.

Ne taidot, joita visuaalinen suunnittelija tulevaisuudessa tarvitsee, ovat edelleen vahvaa visuaalista näkemystä ja visuaalista erikoisosaamista, mutta myös strategista ajattelua ja ymmärrystä palvelumuotoilusta.



6 Pohdinta

Osallistuva havainnointi aineistonkeruumenetelmänä oli hyvä valinta muotoiluajattelun ja osallistavan suunnittelun tutkimisessa. Ryhmäytyminen muiden osallistujien kanssa sujui hyvin. Kerroin tutkielmastani ja sen tarkoituksesta ryhmän jäsenille ja kaikki antoivat suostumuksensa tutkimukseen. Yksittäisten osallistujien anonymiteetin säilyttäminen helpotti suostumuksen saamisessa.

Suunnittelutapahtumat ovat hyvin intensiivisiä ja keskustelu on välillä hyvinkin lennokasta. En voinut välttää Hirsjärven mainitsemasta haitasta eli siitä, että havainnoinnin tilanteissa voi olla vaikea tallentaa tietoa välittömästi, jolloin tutkijan täytyy vain luottaa muistiinsa ja kirjata havainnot myöhemmin. (Hirsjärvi, 2019: 214). Tilanteissa, joissa prosessi oli elävimmillään, monta ihmistä oli yhtä aikaa äänessä ja ideat syntyivät, päädyin kirjoittamisen ja muistiinpanojen lisäksi tallentamaan tilanteita myös kuvina. Sain näillä keinoilla tunnelman ja tilanteen talteen ja pystyin niiden avulla kirjoittamaan ja tutkimaan havaintoja myös jälkikäteen.

Omasta visuaalisen suunnittelijan kokemuksesta ja palvelumuotoilun opinnoista oli hyötyä tutkimuksen tekemisessä. Molempien alojen prosessien tuntemus ja syvälinen ymmärrys suunnittelun kulusta vaikutti tutkimuksen uskottavuuteen. Osallistuva havainnointi osoittautui intensiiviseksi tutkimusmenetelmäksi, josta minulla ei ollut aiempaa kokemusta.

Tutkimuksen tulokset ovat vahvasti kontekstisidonnaisia Global Service Jam - tapahtumaan, mutta tutkimuksen johtopäätökset osoittavat, että ne ovat sovellettavissa myös visuaalisen viestinnän suunnitteluun. Suomen Service Jam -tapahtuman osalta saatu aineisto, mikä käsittää kahdenkymmenen ryhmän käyttämät metodit, laajentaa case-tapausta ja tekee tutkimuksesta yleisemmän.

Case-tapauksen tutkimus on ainutkertainen ja sitä on vaikea toistaa, mutta se on dokumentoitu valokuvina ja työskentelyprosessi on jäsennelty yksityiskohtaiseksi kuvioksi. Muun aineiston osalta tutkimuksen toistettavuus onnistuu hyvin, sillä aineisto on saatavilla kaikille avoimella tapahtumasivulla. Global Service Jam on vuosittain toistuva tapahtuma, joten sivustolle kertyy uutta aineistoa ja se mahdollistaa nykyisen ja tulevan aineiston tutkimisen ja vertailun milloin tahansa.

Havaintoina tehty tutkimus tuotti kattavan aineiston suunnittelun vaiheista ja metodeista. Suunnitteluprosessin käsittely ja purkaminen osiin, osoitti sen, että luovan alan suunnitteluprosessit eivät ole suunnitteluvaiheiltaan kovinkaan erilaisia. Metodit ovat vaihtelevia, mutta luova prosessi kulkee neljän ison suunnitteluvaiheen kautta. Toimijoiden ja vuorovaikutuksen havainnointi olisi tarvinnut enemmän aikaa ja keskittymistä. Näiden asioiden tutkimiseen videointi olisi ollut paras mahdollinen havainnointikeino. Ajankäytön tutkimiseen havaintotutkimus oli haastava ja se näkyy myös tuloksissa, sillä niiden osalta aineisto jäi pieneksi.

Osallistavat työskentelytavat ovat tutkimuksen pääaihe, mutta fokukseseen nousevat myös visuaalisen suunnittelijan ammattikuva ja muuttuvan työnkuvan haasteet. Mikä on visuaalisen suunnittelijan rooli ja toimintaympäristö tulevaisuudessa? Moni yritys panostaa asiakaskokemukseen ja työskentelee asiakaslähtöisesti. Asiakkaita osallistetaan suunnittelun eri vaiheissa. Visuaalisen suunnittelijan ei tarvitse muuttua palvelumuotoilijaksi, mutta ymmärrystä osallistavista työskentelymenetelmistä olisi hyvä olla.

Arkipäivän suunnittelutyössä suunnitteluprosessi on näkymätön. Suunnittelua tehdään kuten prosessikaaviossa on esitetty, mutta sitä ei pidetä aktiivisesti mielessä tai näkyvänä. Visuaalisen suunnittelijan pitää kuitenkin kasvaa tiimipelaajaksi, joka osaa toimia oman organisaation sisällä tai ulkoisten tiimien kanssa. Tulevaisuuden suunnittelija osaa havainnollistaa ajatuskulkuja visuaalisesti ymmärrettäväksi ja tuottaa luonnosmaisia, kevyitä protoja. Visuaalisessa suunnittelussa täytyy uskaltaa päästää irti omasta ajatuksesta ja antaa myös muiden ryhmän jäsenten muokata ajatusta eteenpäin.

Tutkielman tavoitteena oli pohtia ja selittää toimialaa, jossa visuaalinen suunnittelija toimii. Tutkielman alussa kirjoitin luovan alan työskentelytavoista ja siitä, mitä Visuaalisen viestinnän suunnittelijoiden järjestö Grafiassa ja Teollisuustaitteen liitto Ornamossa viestittää muotoiluajattelusta. Tutkielman lopuksi voin todeta, että tutkielmani aihe osoittautui ajankohtaiseksi ja se voidaan liittää alaa puhuttavaan laajempaan ilmiöön. Molempien toimialojen tekemä tutkimus vahvistaa ajatusta siitä, että muotoilun käyttö tulee laajenemaan uusille aloille. Brändiviestinnän näkökulmasta katsottuna tulevaisuuden visuaalinen suunnittelija tulee työskentelemään monialaisissa ryhmissä, johon kuuluu esimerkiksi markkinoinnin, viestinnän, palvelumuotoilun ja UX-suunnittelun ammattilainen (UX, *User Experience* eli *käyttäjäkokemuksen suunnittelija*). Visuaalisen suunnittelijan tulee ymmärtää näiden alojen työskentelymetodeista ainakin pääkohdat. On hyödyllistä tietää mitä näiden toimijoiden rooliin kuuluu ja miten oma rooli liittyy ryhmän toimintaan. Visuaalisen suunnittelijan ammattikuva muuttuu yksilökeskeisestä asiantuntijasta moniosaajaksi. Asiantuntijasta konsultoivaan työkuvaan. Taktisesta, yhden suunnittelutehtävän suorittamisesta edetään kohti laajempien kokonaisuuksien hallintaa.

Visuaalinen suunnitteluosaaminen sisältää jo nyt paljon luovan työskentelyn metodeja. Ideointia, luonnostelua, ohjelmien ja digitaalisten sovellusten osaamista. Lisäksi tarvitaan hyviä viestintä- ja vuorovaikutustaitoja omien ideoiden esittämiseen, liiketoimintaosaamista ja strategista ajattelua.

Tulevaisuuden visuaalisen suunnittelijan on hyvä hallita palvelumuotoilun sanasto, suunnitteluprosessin vaiheet ja joitakin suunnittelumetodeja, suomeksi ja englanniksi. Palvelumuotoiluprosessiin osallistuessaan, suunnittelijan on hyvä tietää mitkä ovat suunnitteluprosessin vaiheet, mikä on fasilitoijan rooli, miten aikaa vievä tai työläs prosessi on.

Jatkotutkimusaiheeksi voisikin sopia, miten työelämän vaatimukset näkyvät työnhakuilmoituksissa. Kun visuaalista suunnittelijaa palkataan, miten moniosaaja määritellään? Millaisia ominaisuuksia luovan alan suunnittelijalta kaivataan? Yhdistyvätkö visuaalinen osaaminen ja muotoiluajattelu vai eivätkö sittenkään? Toinen kiinnostava jatkotutkimusaihe voisi liittyä siihen, miten luovan alan muotoiluajattelun onnistumisia seurataan ja mitataan. Luovan alan suunnittelua käsittelevät tutkielmat toistavat palvelumuotoilun positiivisia puolia ja onnistumisia. Miten osallistava suunnittelu ja luovat työskentelymallit vaikuttavat yrityksen taloudelliseen tulokseen tai miten yritys kasvattaa arvoaan muotoiluajattelun avulla?

LÄHTEET

Aaltola, J., Valli, R. & Rajala, R. (2010).

Ilkkunoita tutkimusmetodeihin: II, Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin (3. uud. ja täyd. p.). Jyväskylä: PS-kustannus.

Bennett, A., Bennett, A. and HELLER, S. (2006). Design studies : theory and research in graphic design. New York: Princeton Architectural press.

Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Grafian jäsenet työmarkkinoilla (2019). Helsinki: Grafia.

Grafian jäsenet työmarkkinoilla (2016). Helsinki: Grafia.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. and Sinivuori, E., (2009b).

Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. 22. painos edn. Helsinki: Tammi.

Holston, D. (2011). The strategic designer: Tools and techniques for managing the design process. New York: Adams Media.

Jokinen, H. (toim.). (2012). Sitä saa mitä hankkii — Visuaalisen viestinnän hankinta-opas. Helsinki: Grafia.

Kananen, J. (2013).

Case-tutkimus opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Knapp, J., Zeratsky, J. & Kowitz, B. (2016). Sprint: How to solve big problems and test new ideas in just five days. New York: Simon & Schuster.

Koivisto, M. (2007). Pro gradu tutkielma: Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu

Nummi, P. & Kivistö, M. (2007). Työskentelyn MeWeUs-vaiheet. Teoksessa Fasilitaattorin käsikirja: Tarina siitä miten Ykä Hirvi vie ryhmän tuskasta tulokseen. Helsinki: Edita.

Noble, I. & Bestley, R. (2005). Visual research: An introduction to research methodologies in graphic design. Lausanne, Switzerland: AVA Publishing.

Pohjola, J. (2003). ILME Visuaalisen identiteetin johtaminen. Helsinki: Infor

Pohjola, J. (2019). Brändin ilmeen johtaminen. Liettua: Balto Print

Seliger, M. (2012). Suunnitteluprosessin vaiheita. Teoksessa Jokinen, Heikki (toim.) Sitä saa mitä hankkii — Visuaalisen viestinnän hankintaopas. Helsinki: Grafia Ry.

Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M.E. and Schneider, J. (2018). This is service design doing : applying service design thinking in the real world : a practitioners' handbook. First Edition edn. Sebastopol, CA: O'Reilly Media, Inc.

Tikka, V. & Gävert, N. (2018). Designin uusi aalto: Merkitystä ja menestystä tälle vuosisadalle. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Siltala.

Tuomi, J. and Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos edn. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Tuulaniemi, J. (2011). Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Vilka, H. (2006). Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Wilson, A., Wilson, A., Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2012). Services marketing : Integrating customer focus across the firm (2nd European ed ed.). London: McGraw-Hill.

INTERNET-LÄHTEET

Dash Lapland Facebook-sivusto. Uutinen 8.10.2019. (luettu 22.11.2019)
<https://www.facebook.com/dashlapland/>

Dan Nessler tuplatimantti. Medium -verkkolehti (luettu 22.11.2019)
<https://medium.com/digital-experience-design/how-to-apply-a-design-thinking-hcd-ux-or-any-creative-process-from-scratch-b8786efbf812>

Design Council. Design for public good. Report 3.6.2013 (luettu 22.11.2019)

<https://www.designcouncil.org.uk/resources/report/design-public-good>

Design Council. Innovaatiokehys, tuplatimantti (luettu 22.11.2019)

<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Design Kit. Ideo.org -design studion toteuttama digitaalinen metodiopas.

(luettu 20.3.2020) <https://www.designkit.org/methods>

Globaljams.org -verkkosivusto. Global Service Jam -tapahtuma 2019.

(Luettu 27.10.2019) <http://globaljams.org/jam/globalservicejam>

Inkala, M. (2018). Miten big room muuttaa työskentelyä. Rakennuslehti -verkkoversio. Mikko Inkalan näkökulma 15.6.2018. (luettu 30.3.2020)

<https://www.rakennuslehti.fi/blogit/miten-big-room-muuttaa-tyoskentelya/>

Ornamo.fi -verkkosivusto. Utinen 24.3.2017. (luettu 22.11.2019)

<https://www.ornamo.fi/fi/artikkeli/palvelumuotoilun-pioneeri-mikko-koivisto-ornamo-palkinon-voittajaksi/>

Stickdorn, M., Lawrence, A., Hormess, M.E. and Schneider, J. (2018). Digitaalinen metodiopas. This is service design doing. (luettu 20.2.2020)

<https://www.thisisservicedesigndoing.com/methods>

Sitra.fi -verkkosivusto. Kansallinen innovaatiostrategia julkistettiin.

Utinen 12.6.2008. (luettu 20.2.2020)

<https://www.sitra.fi/uutiset/kansallinen-innovaatiostrategia-julkistettiin/>

MUUT LÄHTEET

Global Service Jam -tapahtuma. Helsinki, Rautatalo. 29.–31.3.2019.

KUVA- JA KAAVIOLUETTELO

Valokuvat Global Service Jam -tapahtumasta.

Havaintoaineistoa 29.–31.3.2019. Kuvaaja: Niina Silvasti

- Kuva 1. Onnistumisen iloa tapahtuman viimeisen päivän ryhmäkuvassa.
- Kuva 2. Laajentuva (diverging) työvaihe.
- Kuva 3. Lähentyvä (converging) työvaihe.
- Kuva 4. Kehitä -vaiheen työskentelyä. Ryhmä työstää palvelun asiakaspolkua ja visualisoi vaiheita piirtämällä ja post-it-lapuilla. Ideoita tuotetaan paljon ja työskentely on keskustelemaa.
- Kuva 5. Jammailua kiteytä -vaiheessa. Projektin vetovastuu vaihtui useita kertoja tapahtuman aikana. Vasemmassa reunassa oleva ryhmän jäsen työstää digitaalisia mockuppeja tietokoneella, kun muu ryhmä keskustelee ja piirtää konseptin loppuratkaisuja.
- Kuva 6. Yksilötyöskentelyä. Omien ajatusten jakaminen.
- Kuva 7. Työskentelyä pienryhmässä. Ideoita testataan ja jaetaan.
- Kuva 8. Työskentelyä koko ryhmällä. Tässä kuvassa ryhmä harjoittelee tapahtuman loppupresentaation esittämistä ja testaa videoyhteyksiä. Työskentelyn MeWeUs-vaiheet ammattilaisfasilitaattori Pepe Nummen jaottelun mukaan (Nummi 2007: 35).

- Kaavio 1. Kolme työskentelytapaa suunnitteluun. Koiviston mallia mukaillen (Koivisto, 2007)
- Kaavio 2. Palvelumuotoilun suunnitteluprosessi. Design Council malli vuodelta 2004 (designcouncil.org.uk, 2019)
- Kaavio 3. Palvelumuotoilun jatkokehitetty suunnitteluprosessi. Design Council malli vuodelta 2019 (designcouncil.org.uk, 2019)
- Kaavio 4: Cooken malli visuaalisen viestinnän suunnitteluprosessista (Bennett 2006: 133)
- Kaavio 5. Suunnitteluprosessin vaiheet Seligerin mallin mukaan (Jokinen 2012: 24)
- Kaavio 6. Suunnitteluprosessin vaiheet Pohjolan mallin mukaan (Pohjola 2019: 117)

- Kaavio 7. Prosessien suunnitteluvaiheet jaoteltuna. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 8. Tapahtuman osallistujat Suomessa. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 9. Lopputulosten jakautuminen tuote- ja palveluprototihin. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 10. Case-tapahtumassa havainnoitavat teemat. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 11. Aineistonkeruu ja analyysimenetelmät. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 12. Aineiston analyysikysymykset. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 13. Analysoinnin vaiheet. (Silvasti, 2020)
- Kaavio 14. Case-tapahtuman työskentelyvaiheet ja metodit vaihteittain. (Silvasti, 2020)
-
- Kaavio 15. Case-tapaus. Löydä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
- Kaaviot 16, 17 ja 18. Kaikki tapaukset. Löydä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
-
- Kaavio 19. Case-tapaus. Määritä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
- Kaaviot 20, 21 ja 22. Kaikki tapaukset. Määritä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
-
- Kaavio 23. Case-tapaus. Kehitä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
- Kaaviot 24, 25 ja 26. Kaikki tapaukset. Kehitä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
-
- Kaavio 27. Case-tapaus. Kiteytä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020)
- Kaaviot 28, 29 ja 30. Kaikki tapaukset. Kiteytä-vaiheen suunnittelumetodeja. (Silvasti, 2020).